العلاقات العامة
فى المجال الرياضي

المكتبة الرياضية



المؤلفان

الدكتور
محمد عبد المحسن أحمد محمود
مدرس بقسم الادارة الرياضية
كلية التربية الرياضية
جامعة سوهاج

الدكتور
خالد محمد عبد الجابر الخطيب
دكتوراه الفلسفة فى التربية الرياضية
كلية التربية الرياضية
جامعة أسيوط

العلم والإيمان للنشر والتوزيع

العلاقات العامة
في
المجال الرياضي

المؤلفان

الدكتور
محمد عبد المحسن أحمد محمود
مدرس بقسم الإدارة الرياضية
كلية التربية الرياضية
جامعة سوهاج

الدكتور
خالد محمد عبد الجابر الخطيب
دكتوراه الفلسفة في التربية الرياضية
كلية التربية الرياضية
جامعة أسيوط

دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع

٦٥٩,٢
الخطيب ، خالد .

ا . خ العلاقات العامة في المجال الرياضي/ محمد عبد المحسن أحمد،خالد محمد الخطيب .- ط١.- دسوق : دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع .

٢٠٤ ص ؛ ١٧,٥ × ٢٤,٥سم .

تدمك : 8 - 499 – 308 – 977 – 978

١. العلاقات العامة . ٢. التربية البدنية .

أ – محمود ، محمد عبد المحسن أحمد (مؤلف مشترك) .

ب- العنوان .

elelm_aleman@hotmail.com

حقوق الطبع والتوزيع محفوظة
تحــذيــر:
يحظر النشر أو النسخ أو التصوير أو الاقتباس بأى شكل
من الأشكال إلا بإذن وموافقة خطية من الناشر

٢٠١٦

بسم الله الرحمن الرحيم

(يَاأَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا ۚ إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ)

[سورة الحُجُرات:١٣]

الفهرس

الموضـــــــــــوع	رقم الصفحة
المقدمة	٥
الفصل الأول : العلاقات العامة	٩
١- المعرفة	٩
أ – مفهوم المعرفة	٩
ب- المجال المعرفى	١٠
ج – المستويات المعرفية	١٢
د – المقياس المعرفى	١٢
٢- العلاقات العامة	١٦
أ – مفهوم العلاقات العامة	١٧
ب – تعريف العلاقات العامة	١٨
ج – العلاقات العامة فى المجال الرياضى	٢١
د – أهداف العلاقات العامة فى المجال الرياضى	٢٢
هـ- وظائف العلاقات العامة فى المجال الرياضى	٢٢
و – العلاقات العامة والاتصال	٢٥
ز – العلاقات العامة والرأى العام	٣٠
ح – العلاقات العامة والجمهور	٣٣
ط – العلاقات العامة وإدارة الأزمات	٣٥
ك – أخصائى العلاقات العامة	٣٨
٣- الهيئات الرياضية	٤٥
أ – وزارة الشباب	٤٧
ب – اللجنة الأوليمبية	٤٩
ج – الاتحاد الرياضى	٥٠
الفصل الثاني :إجراءات بناء المقياس	٦٣
الفصل الثالث :احتياجات أخصائى العلاقات العامة	١٠٩
الفصل الرابع: نموذج مقترح لأخصائى العلاقات العامة	١٤٤
المراجع	١٥٢

المقدمة

الإنسان مخلوق اجتماعي بطبعه ، فمتى وجد الإنسان فإنه لا يلبث أن يبحث عن علاقات يقيمها مع الأفراد الذين يكونون معه هذا المجتمع ، لذلك نشأت العلاقات العامة بمولد الإنسان وظهور المجتمع البشرى وتطورت مع تطور أنماط وصور الحياة المختلفة حيث أنها ظاهرة اجتماعية لابد وأن توجد كنتيجة طبيعية للتفاعل الاجتماعي بين الأفراد والمجتمعات بمختلف أنواعها .

ومع تطور المجتمع الحديث ظهرت الحاجة الملحة إلى وجود إدارة العلاقات العامة على أثر التغير الكبير الذى حدث فى هذا المجتمع خاصة وقد تميز المجتمع الحديث بتغيرات كبيرة فى شكله وتكوينه وطبيعته من النواحي السياسية والاقتصادية والاجتماعية .

والعلاقات العامة تربط بين المنشآت وبعضها وتربط بين المنشأة وعملائها والمنشأة والمجتمع المحلى الذى تعيش فيه ، بل تربط أيضاً بين العاملين داخل المنشأة بمختلف مستوياتها . وأصبحت أحد ركائز النجاح فى أي منظمة حيث أنها وسيلتها فى ربطها بجماهيرها وضمان رضاهم وتجاوبهم واستفادتهم من خدماتها .

كما أصبحت العلاقات العامة من خلال وظائفها وأنشطتها أحد المنظومات الهامة التى تساعد الإدارة العليا فى المؤسسات المختلفة حتى تكون على علم تام ومستمر، وعلى اتصال دائم مع الجماهير فى الداخل والخارج مما يعمل على تجويد قراراتها وتصحيح مسارها.

والتربية الرياضية من المجالات المهمة والتي تخاطب كافة فئات المجتمع ولا تقتصر فائدتها على سن معين دون غيره كما أن معظم الأفراد يمتلكون ميلاً للانتماء للرياضة سواء كان ذلك بالممارسة أو المشاهدة أو حتى مجرد النقاش الأمر الذي يجعل الاستعانة بالعلاقات العامة فى التربية الرياضية شيئاً ضرورياً حتى يتم تحديد أهدافها وأغراضها وفلسفتها وأهميتها بشكل مشوق يدعو الأفراد إلي ممارستها والسعي إلى الاشتراك فيها .

فالعلاقات العامة فى المؤسسات الرياضية من الوظائف الإدارية الهامة التى توضح مكانة المؤسسة من حيث أهدافها ووظائفها وما تقدمه للمجتمع من خدمات .

وانطلاقاً من أهمية العلاقات العامة تنبع أهمية القائمين على أعمال العلاقات العامة حيث أن أخصائي العلاقات العامة يمثل دوراً هاماً ورئيسياً في نجاح العلاقات العامة بالمؤسسة فهو يشبه الوتر الحساس الذي ينقل الآراء

الصادقة الأصلية من الرأي العام إلى المؤسسة ومن المؤسسة إلى الرأي العام وهو المحور الأساسي الذي يدور حوله كل نشاط اتصالي وإعلامي .

ومن هنا جاءت ضرورة اختيار العاملين فى هذا المجال اختياراً دقيقاً حيث أن مسئولياتهم أصبحت ضخمة وخطيرة والمقصود بالاختيار هنا هو اختيار العاملين فى هذا المجال اختياراً دقيقاً حيث أن مسئولياتهم أصبحت ضخمة وخطيرة والمقصود بالاختيار هنا هو اختيار الأفراد المتقدمين للعمل بإدارات العلاقات العامة فاختيار أفضل الأفراد المتقدمين ووضعهم فى المكان المناسب يؤدى إلى حسن الأداء.

بالإضافة إلى الصفات الشخصية الواجب توافرها فى أخصائى العلاقات العامة أن هناك شروط تتعلق بالمستوى العلمى الذى وصل إليه خبير العلاقات العامة ويستحسن أن تشمل ثقافته الإلمام بالعلوم الآتية (اللغات ، الصحافة ، علم النفس ، علم الاجتماع ، علم الفلسفة ، المنطق ، الإدارة ، الإحصاء) وعلى قدر ما تتحقق هذه الشروط فى أخصائى العلاقات العامة يمكن التنبؤ بمقدار النجاح الذى تحققه هذه المؤسسة فى الاستفادة من هذه المهنة لبلوغ أهدافها .

ويتحتم على رجل العلاقات العامة أن يكون ذا خبرة ودراية بكل صغيرة وكبيرة من أعمال منظمته ومنشأته فى مختلف أجهزتها كذلك ينبغى أن يكون على معرفة كافية بأحوال الخدمات التى تقدمها أو السلعة التى تنتجها وبالتالى لا يصلح فى هذا المجال إلا شخصاً على مستوى رفيع من الثقافة فى شتى المجالات . ومسئول العلاقات العامة فى المؤسسات الرياضية يجب أن يكون مؤهلاً بحيث يجمع ما بين صفات رجل العلاقات العامة وبين التأهيل الفنى فى علوم الرياضة والإدارة فإلمامه بالنادى وتكوين أنشطته وطبيعة ممارسة أنشطته أو بالاتحاد الرياضى وعلاقته بباقى المؤسسات الرياضية وأهداف تكوينها كلها من متطلبات العمل بالعلاقات العامة فى المؤسسات الرياضية .

ومن خلال إطلاعنا على الدراسات السابقة والمراجع العلمية وجد أن وظيفة أخصائي العلاقات العامة بالهيئات الرياضية ليست وظيفة لمن لا وظيفة له كما يعتقد البعض أو أن أي شخص يمكنه القيام بها، بل أنها وظيفة لها احتياجات خاصة وصفات يجب أن يتحلى بها القائمون على أعمال العلاقات العامة ، كما أن أخصائي العلاقات العامة بالهيئات الرياضية يقع على عاتقه عبء كبير من المسئولية حيث أنه يمثل دوراً هاماً ورئيسياً فى

نجـاح مهـام العلاقـات العامـة بهـذه الهيئـات وبالتـالي تعـد معرفتـه للجوانـب المعرفية المرتبطة بالعلاقات العامة من ناحية والمجال الرياضـي من ناحية أخرى أمراً ضرورياً يكسبه القدرة على تفسير المواقف المختلفة التـي تحدث أثناء ممارسته للمهنة ويكون قادراً على تحقيق أهدافها ووظائفها.

ومـن خـلال ترددنـا علـى الهيئـات الرياضـية والمقابلـة الشخصـية مـع بعـض أخصـائى العلاقـات العامـة بهـذه الهيئـات لاحـظ أن هنـاك قصـوراً فـى إدارات العلاقات العامـة بهـا وأنهـا لا تقوم بوظائفهـا بالصـورة التـى يجب أن تكون عليها . حيث أنها تقتصر فى وظائفها على بعض الوظائف السطحية أو البسـيطة مـن وظـائف العلاقـات العامـة والتـى لا تتعـدى الإعـداد للحفـلات والمؤتمرات أو استقبال الضيوف والوفود وتتجاهل بعض وظائفها الأساسية والتى تعتبـر من صميم أعمال العلاقات العامة مثل بحوث استطلاع الرأى واتجاهات الجماهير ومشاركة الإدارة العليا فى التخطيط واتخاذ القرار. كذلك عند تحقيق الاتصال بين الهيئة الرياضية وجمهورها الداخلى أو الخـارجى أو الهيئـات الأخـرى والـذى يعتبـر هـدف أساسـى مـن أهـداف العلاقـات العامـة ، لاحظنا أنهـا تستخدم وسـائل الاتصـال التقليديـة وتتجاهل الوسـائل الحديثـة فـى الاتصال خاصة فى ظل التطور الذى طرأ علـى المجتمع الحديث كمـا أنهـا لا تتبع الأسلوب العلمى فى اختيار الوسيلة المناسبة لتحقيق الاتصال الجيد .

ونـرى أن هذا القصـور قد يرجـع إلـى وجـود نقـاط ضـعف فـى بعض النواحى المعرفية المرتبطة بهذه المهنة لدى أخصائى العلاقات العامة بالهيئات الرياضية فى الوقت الذى يمكن أن نعتبـر فيـه أن هذه المعلومـات والمعـارف تعتبـر مـن المقومـات الأساسـية لنجـاح أخصـائى العلاقـات العامـة بالهيئـات الرياضية وأن قلة المستوى المعرفى لـه تنعكس بصـورة سلبية علـى الأعمـال المكلف بها .

أهمية الكتاب :

١- تأتى أهمية الكتاب فى إيجاد وسيلة يمكن بواسطتها تحديد مستوى المعرفة لدى أخصائى العلاقات فى الهيئات الرياضية وبالتالي تدفع أخصائي العلاقات العامة للإهتمام بالمادة العلمية الخاصة بهذا المجال .

٢- قد يرشد الكتاب القائمين على التدريس فى الدورات الدراسية التى تعقد لأخصائي العلاقات العامة إلي نقاط القوة ونقاط الضعف لدى أخصائيين العلاقات العامة فى الهيئات الرياضية .

٣- يمكن استخدام الكتاب كأداة لاختيار المتقدمين لوظيفة أخصائى العلاقات العامة فى الهيئات الرياضية .

٤- قد يساعد الكتاب فى التعرف على احتياجات وظيفة أخصائى العلاقات العامة بالهيئات الرياضية.

٥- قد يساعد الكتاب فى تحقيق الاختيار الصحيح من بين المتقدمين لشغل وظيفة أخصائى العلاقات العامة بالهيئات الرياضية .

المؤلفان

الفصل الأول
العلاقات العامة

١- المعرفة :

بدأ اهتمام الإنسان بموضوع المعرفة منذ أكثر من ألفي عام . ولكن الدراسات العلمية لها لم تبدأ إلا منذ سنوات قليلة فقط عندما بدأت التكنولوجيا الحديثة تساعد علماء النفس المعرفى فى الوصول إلى نتائج هامة فى هذا المجال ويرجع ذلك إلى توافر العديد من المعلومات وكذلك نتائج النظريات المعاصرة فى مجال الإدراك والتذكر والتفكير، وبالتالى تتم معالجة مختلف المعلومات للتحقق من الارتباط بين العقل المفكر والأنشطة العصبية الفسيولوجية المصاحبة لها.

أ ـ مفهوم المعرفة :

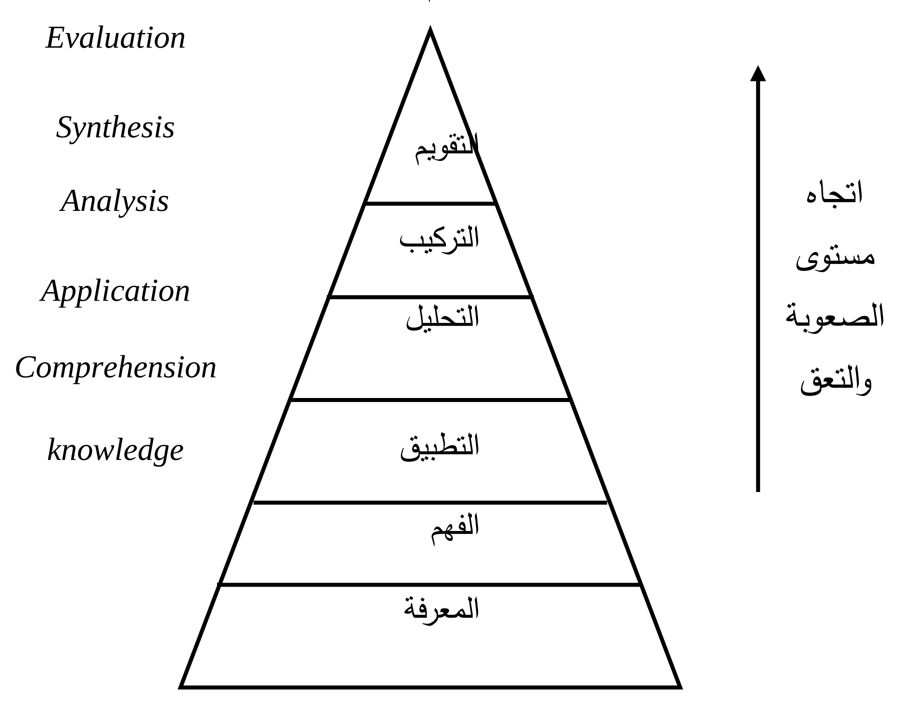
المعرفة مفهوم له عدة معانٍ، منهم من يراها أنها تقتصر على مجرد تكوين المعلومات بينما يرى آخرون أن تتابع العمليات المعرفية يعبر عن نماذج أو مخططات ويعزى ذلك إلى بنايات منطقية أو رياضية للوعى بالمعلومات .

وتشير ليلى فرحات إلى أن المعرفة تسعى إلى التعرف على نشاط العقل وكذلك عمليات العقل الداخلية والتى تتمثل فى التفكير والاستيعاب والتركيز والتعلم والفهم والتذكر وحل المشكلات وهى عمليات كلها أساسية متباينة بينما يذكر سولسو *Solso* أن المعرفة هى مجموعة متباينة من الاستعدادات والقدرات العقلية تشمل (الفهم ، الإدراك ، التخيل ، التذكر ، التحكم ، الاستدلال التفكير).

ويرى فؤاد سلميان قلادة أن المعرفة تتضمن استرجاع العموميات والخصوصيات أو استرجاع نمط تركيب أو نظام من النظم وأن عملية استرجاع وتذكر الأهداف المعرفية تتطلب تنظيم المشكلة بحيث تتضح الإرشادات أو التلميحات المناسبة التى تستدعى استرجاع وتذكر المعلومات والمعارف التى سبق تعلمها .

ب ـ المجال المعرفى :

يتضمن المجال المعرفى الأهداف التى تتناول تذكر المعرفة فى كيفية تطبيقها وتحليلها وتركيبها . كما يمتد ليشمل تنمية وتطور وتقويم العمليات والمهارات العقلية وقد صنف بلوم المجال المعرفى إلى ستة مستويات مرتبة تصاعدياً وفقاً لمستوى تنفيذها أو صعوبتها حيث تبدأ بالمعرفة ثم الفهم ثم التطبيق فالتحليل والتركيب وأخيراً التقويم .



الترتيب الهرمي لأقسام الميدان المعرفي

وقد تبنت العديد من المراجع هذا التقسيم ويرجع الفضل فيه إلى بلوم *Bloom* وزملائه فى ظهور هذا التقسيم للمجال المعرفى .

ولكون المجال المعرفى يشكل المحور الأساسى لهذا البحث بما يتضمنه من معارف ومعلومات وحقائق ومفاهيم تشكل فى مجملها الموضوعات المعرفية المرتبطة بالعلاقات العامة فى المجال الرياضى .

لذا فقد رأينا تمشياً مع طبيعة وأهداف البحث الحالى ضرورة أن يقتصر المقياس المقترح على المستويات المعرفية الثلاثة الأولى وفقاً لتصنيف بلوم وهى :

- المعرفة *knowledge*.
- الفهم *comprehension*.
- التطبيق *application*.

ولقد أخذنا بهذا الإجراء نظراً لاتفاق معظم الدراسات والبحوث العلمية المتخصصة على مدى مناسبة المستويات الثلاثة مع طبيعة الاختبارات والمقاييس التى تقيس الحصائل المعرفية .

والجدول التالى يبين وصفاً للمستويات الثلاثة المقترحة والأهداف المعرفية وأفعال الأنشطة السلوكية لكل مستوى .

جدول (١)

وصف للمستويات المعرفية الثلاثة والأهداف المعرفية لكل مستوى وأفعال الأنشطة السلوكية

المجال المعرفى	الأهداف المعرفية العامة	أفعال الأنشطة السلوكية
١- المعرفة تذكر المواد التى سبق	- يعرف المصطلحات الشائعة - يعرف الطرق والخطوات	يعرف - يحدد - يصف - يسمى - يعدد - يقابل - ينسب - يخطط -

تابع جدول (١)

وصف للمستويات المعرفية الثلاثة والأهداف المعرفية لكل مستوى وأفعال الأنشطة السلوكية

المجال المعرفى	الأهداف المعرفية العامة	أفعال الأنشطة السلوكية
تعلمها ويرتبط بأبسط العمليات العقلية	- يعرف المفاهيم الأساسية - يعرف حقائق خصوصية - يعرف المبادئ والأسس	يختار - يعين - يضع فى قرارات أو فى خطوات

٢- الفهم إدراك الفرد للمعلومات التى تعرض عليه واستخدام المواد والأفكار المتضمنة لهذه المعلومات	– يستوعب الحقائق والأسس – يفسر المواد اللفظية – يفسر الخرائط والرسوم البيانية – يترجم الموارد اللفظية إلى رموز ومعادلات – يقدر النتائج المتضمنة – يستخلص الطرق والخطوات	يستوعب ـ يحول ـ يميز ـ يقدر ـ يشرح ـ يتوقع ـ يصمم ـ يمثل ـ يقرر ـ يلخص ـ يعيد كتابة ـ يعيد صياغة ـ يترجم ـ يستخلص
٣- التطبيق القدرة على استخدام المعرفة المجردة والقوانين والنظريات فى مواقف جديدة	– يطبق المفاهيم والأسس على مواقف جديدة – يطبق القوانين والنظريات – ينشر خرائط ورسوم بيانية – يعرض الاستخدام الصحيح	يغير ـ يعدل ـ يحسب ـ يكشف ـ يعرض ـ يعالج ـ يعد ـ ينتج ـ يحل ـ يستخدم ـ يطبق ـ ينشئ

ج ـ المستويات المعرفية :

وفيما يلى شرحاً موجزاً للمستويات المعرفية الثلاثة التى حددنها كمجال للمقياس .

١- المعرفة :

تعتبر مرادفاً للمعلومات ، وهى القدرة على استعادة التذكر لمعرفة الحقائق والقوانين والنظريات . وتصنف المعرفة إلى ثلاثة أقسام فرعية هما :

- معرفة التفاصيل :

يقصد بمعرفة التفاصيل استرجاع أدق التفاصيل وأجزاء المعلومات المفصلة التى تفيد الفرد فى معرفته وفهمه وتنظيمه لميدان تخصصه تنظيماً مناسباً .

وتنقسم معرفة التفاصيل بقسمين أساسين: الأول منها هو معرفة المصطلحات ، حيث أن كل ميدان من ميادين المعرفة بل كل موضوع فى هذه الميادين له مصطلحاته ورموزه الخاصة به والتى يتحتم على الفرد

معرفتها وإدراكها جيداً . والقسم الثانى هو معرفة الحقائق المحددة ويتضمن هذا القسم معرفة معلومات محددة ودقيقة جداً مثل تاريخ حدوث الظاهرة أو معرفتها بصورة تقريبية مثل معرفة الفترة الزمنية لحدث أو ظاهرة ما وكذلك معرفة الأحداث أو الأشخاص أو الأماكن .

- معرفة الطرق والوسائل للتعامل مع التفاصيل :

لابد أن يوجد لكل ميدان من ميادين المعرفة مجموعة من التقنيات والمعايير والتقسيمات والأشكال المختلفة التى تستخدم للتمييز بين التفصيلات وكيفية توظيفة كل منها توظيفياً مفيداً وبالتالى يشمل هذا القسم الفرعى على معرفة طرق التنظيم والحكم على نقد الأفكار والظواهر . وبمعنى آخر أن تلك المعلومات ، تكون فى الطرق والوسائل انعكاسات لطرق تفكير العاملين فى ميدان التخصص وكيفية مواجهتهم بالمشكلات .

ويشمل هذا القسم الفرعى على ما يلى :

- معرفة الشائع والمعروف.
- معرفة الاتجاهات والتتابعات .
- معرفة التقسيمات والأقسام.
- معرفة المعايير.
- معرفة المنهجية.

- معرفة الشائع والمعروف :

توجد عموميات وقواعد شائعة ذات فوائد عظيمة الاستخدام فى كل ميدان معرفى وتستند العموميات والشوائع على أساس كونها عادة أو تقليد أكثر من كونها مقننة أو غير مقننة وعموماً فإن تلك العموميات لها وجود قائم بحيث أنه تم التصالح والاتفاق عليها اتفاق عام من قبل المتخصصين .

- معرفة الاتجاهات والتتابعات :

ويقصد منها معرفة الاتجاهات والعمليات وحركات الظواهر خلال الفترات الزمنية المختلفة . فمعرفة الاتجاهات تتم عن طريق دراسة وتوضيح العلاقات المتفاعلة بين عدد من الأحداث خلال فترات زمنية متباينة . أما معرفة التتابعات فيقصد بها تلك العلاقات والعمليات المختارة من قبل المتخصصين فى الميدان المعرفى ومعرفة النتائج المترتبة على هذه العمليات .

معرفة التقسيمات والأقسام :

يختص هذا القسم الفرعى بدراسة كل قسم من أقسام الظاهرة موضع الدراسة وكذلك معرفة الترتيبات الأساسية لها وأغراضها ومشكلاتها . فمثلاً عند دراسة إحدى الظواهر يتم تقسيمها إلى أقسام وصفوف ومجموعات وبالتالى يسهل تفهم هذه الظاهرة .

- معرفة المعايير :

إن معرفة المعايير تفيد فى عملية التقييم ومن المعروف أن المعايير تختلف من ميدان معرفى إلى ميدان آخر ومن ثم يختلف التقييم من موقف إلى آخر ومن مادة إلى مادة أخرى وبالتالى لابد من معرفة المعايير التى بها تقدر وتقاس الحقائق والمبادئ والآراء المطروحة .

- معرفة المنهجية :

يقصد بها معرفة طرق اكتساب المعرفة والطرق المستخدمة فى دراسة مادة من المواد أو الطرق المستخدمة فى البحث وعادة ما يطلب من الفرد معرفة الطرق والفنيات التى يستخدمها فى معاملة المعلومات التى حصل عليها كما على الفرد أيضاً أن يقارن ما استخدمه من طرق فى معاملة مشكلة من المشكلات وبين ما استخدمه الآخرون .

- معرفة العموميات والمجردات فى مجال التخصص :

ويختص هذا القسم الفرعى بمعرفة النظم العامة أو الأفكار العامة المنظمة للظواهر والمواقف . وتشمل النظريات والتعميمات التى تسود المادة ، وتستخدم فى دراسة المشكلات أو الظواهر المختلفة كما تستخدم فى حل المشكلات ، وتعتبر هذا القسم الفرعي على مستوى عالٍ من التجريد والتعقيد ويندرج تحت هذا القسم المجردات مثل المفاهيم المستخدمة فى تنظيم المضمون الكلى للموقف أو المشكلة أو الظاهرة .. وينقسم هذا القسم إلى :

- معرفة المبادئ والتعميمات :

وتشمل نوعاً من المعرفة المجردة التى تلخص عددًا من الملاحظات الخاصة بالظواهر . وهذه التجريدات لها قيمة فى شرح ووصف وتقدير الأعمال والمواقف المرتبطة بالميدان المعرفى . ولذا يجب تدريب الفرد على الإلمام بالمبادئ والتعميمات بحيث يستطيع استرجاع مصادرها وكيفية استخلاصها .

- معرفة النظريات والتراكيب البنائية :

يختص هذا النوع من القسم الفرعى بمعرفة محتوى المبادئ والعموميات وعلاقتها ببعضها البعض لتعطي نظرة واضحة عن الظاهرة المعقدة أو المشكلة . ويعتبر هذا الفرع أكثر الصياغات تحديداً ويمكن استخدامها لتوضيح العلاقات بين عدد كبير من التفصيلات . ويختلف هذا الفرع عن سابقه فى أن التوكيد هنا يكون على مجموعة من المبادئ والتعميمات التى يربطها علاقات تفاعلية لتشكل نظرية أو تركيبات نظرية .

٢- الفهم :

يكون الاهتمام منصباً فى هذا القسم على العمليات التى تستخدم لمواجهة المواقف التعليمية ، ويكون المنطلق الأساسي هنا هو محاولة إرجاع الخبرات الجديدة التي يصادفها الفرد إلى ما سبق معرفته ، أو معلوماته ومعتقداته السابقة . وفى هذا المجال يشير بلوم وزملاؤه إلى أن الفهم يشكل معظم الأقسام العامة للقدرات والمهارات العقلية التى يهتم بها التعليم والتعلم فى جميع أنواع مراحله ومظاهره ، ولا تقتصر عملية الفهم على فهم ما يقراءه الفرد ، بل يهدى إلى كل شئ يستقبل من جميع الحواس الإدراكية المختلفة ومن ثم تعتبر عملية الفهم عملية داخلية .

كما يعتبر الفهم عملية سيكولوجية داخلية تتم فيما يشبه الدورة ، تبدأ هذه الدورة بالترجمة يعقبها التفسير ثم التنبؤ أو التنبؤ الاستقرائى ويكون عائد هذه الدورة هو الفهم .

- الترجمة :

وتعنى أن الفرد يستطيع وضع عملية الاتصال فى لغة أخرى وفى مصطلحات أخرى أو يحولها إلى صورة أخرى يسهل فى ضوئها عملية التفاهم .

- التفسير :

ويعنى التفسير قدرة الفرد على تمييز الأفكار المتضمنة عليها الرسالة أو الموضوع وفهم معظمها ، وفهم العلاقات بين الأفكار بعضها وبعض .

- التنبؤ (الاستنتاج الاستقرائى):

بعد أن قام الفرد بعملية ترجمة وتفسير الرسالة يبدأ فى عملية البحث عن الاتجاهات والميول من سياق ما يعرض وما يستنتج من المعلومات المقدمة ومتضمناتها ، يتوصل فى النهاية إلى بعض الاستنتاجات .

ويعرف *sanders* التنبؤ الاستقرائى بأن الدارس يستخلص استنتاجاً استقرائياً عندما يلاحظ اشتراك أشياء كثيرة فى خصائص عامة ثم يستخلص أن كل تلك الأشياء لديها نفس الخصائص .

٣- التطبيق :

يعتبر التطبيق خطوة أبعد من التفسير ، فالتفسير يتطلب مجرد المعرفة الكافية التى تجعل الفرد قادراً على فهم الشئ ، أما التطبيق فيتطلب إعطاء موقف أو مشكلة جديدة تماماً للفرد الدارس ويتطلب منه تطبيق الأفكار المحددة أو المعلومات التى سبق تعلمها .

د ـ المقياس المعرفى :

يرى عباس محمود عوض أن المقياس المعرفى هو عبارة عن تحديد المستوى المعرفى الذى وصل إليه الفرد فى تحصيله لنوع من التعلم والتدريب .

ويضيف خبراء القياس أن المقاييس أو الاختبارات المعرفية عبارة عن مجموعة من الأسئلة الشفوية أو المكتوبة والمصورة المعدة لقياس أداء الفرد فى سطح معين من مظاهر السلوك المعرفى أو الإدراكى فى أى مستوى من مستويات التنظيم المعرفى .

وفى هذا المجال يذكر ماتيوس *Methew* أن العملية التعليمية لا تكتمل بدون الاختبارات المعرفية باعتبارها واحدة من أهم الوسائل الضرورية للمعلم والمتعلم حيث أنها تعد مؤشراً عملياً لاكتشاف نقاط الضعف ونقاط والقوة فى العملية التعليمية مما يسهل عملية التقويم .

ويؤكد محمد حسن علاوى ومحمد نصر الدين رضوان وبارو وماك-جى أن المقاييس المعرفية إحدى الوسائل التقويمية الهامة وقد أوصوا بضرورة الاهتمام ببناء وإعداد واستخدام المقاييس المعرفية بشكل موسع فى المجالات الرياضية المختلفة نظراً للقصور الشديد فى هذا المجال .

٢- العلاقات العامة :

شهدت مهنة العلاقات العامة تطورات عديدة ومتلاحقة بدأت فى الستنيات من القرن الماضى واستمرت فى النمو وخاصة فى العشرين عاماً الأخيرة وقد تمثلت أهم تلك التطورات فى زيادة الاهتمام بالدور الذى تقوم به العلاقات العامة وما تحدثه من تأثير فى عمل المؤسسات من مختلف القطاعات العامة والخاصة ، الحكومية وغير الحكومية.

وقد أدى ذلك إلى تزايد الاهتمام بالعلاقات العامة فى مختلف المجالات بعد أن أتضح جلياً للمؤسسات والهيئات والمنشآت المختلفة أنه لا يمكن أن تعمل بنجاح إذا ظلت بعيدة عن الجمهور .

وفى المجال الرياضى - يرى برونزين وستونلر *Bronzen, R. Stonlar* أنه لا يمكن لأى مؤسسة رياضية أن تتمتع بفترة طويلة من النجاح والاستقرار بدون دعم ومساندة جماهير تلك المؤسسات الرياضية من خلال العلاقات العامة عن طريق توطيد العلاقة الطيبة والثقة ما بين تلك الجماهير وإدارة المؤسسة الرياضية. ويرى محمد السمنودى ونبيل عبد المطلب أن العلاقات العامة والتربية الرياضية وجهان لعملة واحدة نظراً لاعتماد التربية الرياضية على العلاقات العامة فى تسويق أهدافها ونشر أفكارها واعتماد العلاقات العامة على التربية الرياضية فى تنفيذ برامجها وإتمام مخططاتها بنجاح والوصول عن طريق النشاط الرياضى إلى قاعدة واسعة من الجماهير. وتعاظم دور العلاقات العامة فى الحياة التنظيمية باعتبارها منهج علمى منظم وأداة الاتصال الرئيسية فى المنظمات الحديثة وقد ازدادت أهمية تأثيرها على مختلف أوجه النشاط الذى تمارسه الوظائف الإدارية فى المؤسسات المعاصرة وفى تفاعلها مع بيئتها الخارجية بما يحقق لها سبل التكيف مع التغيرات التى يشهدها المجتمع المحيط بها .

أ - مفهوم العلاقات العامة :

كثيراً ما نجد فى الحياة العملية أن الكثيرين يطلقون لفظ العلاقات العامة على أنواع مختلفة من النشاطات ، فمثلاً هناك من ينظر للعلاقات العامة على أنها مجرد إعلام ودعاية وترويج عن المنشأة ، كما ينظر إليها البعض على أنها مجرد عملية اتصالات تتم فى صورة تصريحات تنشر فى وسائل الاتصال المختلفة مثل المطبوعات والصحف وغيرها.

وإذا حللنا العلاقات العامة لوجدناها لا تتركب من الإعلام والدعاية فحسب ، ولكنها تتركب أيضاً من عنصرين آخرين هما : الاقتصاد والإدارة ، فرجل العلاقات العامة فى المجال التجارى يهدف إلى الحصول على أكبر ربح بأقل نفقات وإن كان ذلك يختلف فى المؤسسات الخدمية مثل الهيئات الرياضية ولذلك نجد أنه يتدخل فى تنظيم الإدارة بطريقة تضمن الوصول إلى الأهداف ، كما يمكن القول أن مضمون علم العلاقات العامة هو كيف نعامل الجمهور ؟ ولهذا يمكن أن يكون علم فن معاملة الجمهور أو فن الاتصال بالجمهور .

ويرى جادى أرم سترونج وفيلب كاتلر *Philip Kotler, Gary Armstrong* أن العلاقات العامة تعمل من خلال أداوتها المتمثلة فى العلاقات الإعلامية ، وفن التحرير الصحفى والدعاية عن المنشأة وأنشطتها واتصالات المؤسسة وفنون الإقناع على إقامة علاقات طيبة مع كافة الجماهير وبناء صورة ذهنية طيبة ومكافحة الشائعات الضارة بالمؤسسة مما يؤدى فى النهاية إلى تحقيق أهدافها بصورة جيدة.

ويرى أشرف صبحى أن العلاقات العامة هى مجال علمى يطبق على المستوى الإدارى داخل المؤسسات بما يعود بالفائدة على المؤسسة من الداخل من حيث تكوينها التنظيمى الداخلى بإداراته وأفراده وكذلك على المستوى الخارجى المتعامل مع المؤسسة والذى يتمثل فى كافة الأفراد والهيئات المتعاملة مع المؤسسة أو التى سوف تتعامل معها مستقبلاً .

ويتفق حسن الشافعى وسوزان مرسى على أن العلاقات العامة هى علم وفن يستند على أسس علم الاجتماع الإنسانى لقياس وتقويم وتفسير اتجاهات الجماهير الرياضية المختلفة التى لها صلة بالمؤسسات الرياضية من أجل تحقيق التوازن بين أهداف تلك المؤسسات وأهداف ومعالم واحتياجات الجماهير الرياضية المختلفة التى لها صلة بها .

ومن الناحية النظرية يذكر محمد منير حجاب وسحر محمد وهبى أن هناك إنفاق بين العاملين بالعلاقات العامة على أن مهنتهم تنحصر فى بناء صورة محببة للجمهور عن منظماتهم وذلك عن طريق الأعمال الصادقة التى تقوم بها هذه المنظمات وحرصها على وجود اتصال متبادل ومستمر بينها وبين جماهيرها بحيث يمكن من خلاله الوصول إلى توافق وتفاهم مشترك بين المنظمات والجماهير .

ب ـ تعريف العلاقات العامة :

إن وضع تعريف دقيق للعلاقات العامة متفق عليه من كافة المتخصصين فى العلاقات العامة يعد أمراً صعباً وذلك للأسباب الآتية :

- التطور السريع الذى يطرأ على العلاقات العامة يجعل من الصعب وضع تعريف محدد لها فى كافة مراحل تطورها .
- مراعاة الاختصار فى التعبير قد ينجم عنه عدم الشمول والوضوح والتحديد .
- يعبر التعريف فى الواقع عن وجهة نظر صاحبه سواء كان فرداً أو جماعة أو هيئة أو تنظيماً معيناً وبالتالى لا يعبر عن وجهة نظر المتخصصين .

- صعوبة وضع التعريف بصفة عامة إذا أن أى تعريف لظاهرة أو حادثة أو مهنة عملية من الصعب تحديدها بدقة وشمول ووضوح وإيجاز .

وقبل أن نتعرض لبعض تعريفات العلاقات العامة يجب أن نحلل معنى مصطلح العلاقات العامة والذى أوضحته نهاد العربى نقلاً عن حسن محمد خير الدين أن كلمة (علاقات) تعنى حصيلة الاتصالات التى تتوافر لدى هيئة الجماهير المتعاملة معها . أما كلمة (عامة) فيقصد بها الجماهيرية أى مجموعة الجماهير المختلفة التى يتصل عملها أو ترتبط مصالحها ونشاطها بالبيئة .

ولقد عرفتها الجمعية الأمريكية للعلاقات العامة بأنها نشاط أي صناعة أو اتحاد أو هيئة أو مهنة أو حكومة أو أي منشأة أخرى فى بناء وتدعيم علاقات سليمة منتجة بينها وبين فئة من الجمهور كالعملاء أو الموظفين أو المساهمين أو الجمهور بوجه عام لكى تحور من سياستها حسب الظروف المحيطة بها وشرح هذه السياسات للمجتمع .

وهذا التعريف كما يُلاحظ أنه اعتبر العلاقات العامة لا تقوم بإقامة علاقات مع جماهيرها فقط إنما تحرص على تدعيم واستمرار هذه العلاقة كما أنها لا تقتصر على جمهور معين ولكنها تسعى إلى الوصول إلى كافة فئات المجتمع المحيط بالهيئة أو المنظمة والعمل على تحقيق رغباته .

بينما يعرفها قاموس ويبستر *Weebster* على أنها ترويج الاتصال والثقة بين شخص أو مشروع أو هيئة أو أشخاص آخرين أو جمهور خاص أو المجتمع بأكمله وذلك من خلال توزيع المعلومات التى تشرح وتفسر وتوضح ردود الأفعال وتقيمها .

وهذا التعريف يؤكد على أن العلاقات العامة تسعى إلى كسب ثقة وتأييد الجماهير المحيطة عن طريق نشر المعلومات ودراسة ردود الأفعال وتقيمها .

ويتفق تعريف أدوارد بيرنى *Edward Berny* مع تعريف قاموس ويبستر *Weebster* للعلاقات العامة بكونها تلك المعلومات التى تُعطى للجمهور وإقناع هذا الجمهور بتغيير اتجاهاته نحو المؤسسة وكذلك المجهودات التى تعمل على تكامل الاتجاهات والعمل داخل المؤسسة مع هذه الجماهير داخلها وخارجها .

ويتضح اتفاق تعريف *Weebster* مع تعريف *Berny* فى أنه اعتبر أن العلاقات العامة تعتمد على نشر المعلومات فى كسب ثقة وتأييد الجمهور وأضاف إلى أن العلاقات العامة تسعى إلى تعديل الاتجاهات الخاصة بالجماهير نحو المؤسسة بحيث تتفق وطبيعة عمل المؤسسة .

ويرى إبراهيم إمام أن العلاقات العامة هى فن الحصول على رضا الجمهور وثقته وتأييده والوصول إلى ذلك عن طريق الاتصال والتفسير الكافيين .

وهذا التعريف يشير إلى أن العلاقات العامة تعتمد على الاتصال وتفسير وشرح المعلومات من خلال القنوات الاتصالية بهدف كسب الثقة وتأييد الجماهير المرتبطة بالمؤسسة .

ويعرفها محمد منير حجاب وسحر محمد وهبى على أنها الجهود الإدارية الخلاقة المخططة والمدروسة والمستمرة والهادفة والموجهة لبناء علاقات سليمة ومجدية قائمة على أساس التفاعل والإقناع والاتصال المتبادل بين مؤسسة ما وجمهورها لتحقيق أهداف ومصالح الأطراف المعنية ولتحقيق الانسجام البيئى والاجتماعى بينهما عن طريق النشاط الداخلى القائم على النقد الذاتى لتصحيح الأوضاع والنشاط الخارجى الذى يستغل جميع وسائل النشر المتاحة لنشر الحقائق والمعلومات والأفكار وشرحها وتفسيرها وتطبيق كافة الأساليب المؤدية لذلك بواسطة أفراد مؤهلين لممارسة أنشطتها المختلفة .

والملاحظ من هذا التعريف أن العلاقات العامة هى عملية إدارية تهدف إلى تحقيق الاتصال الداخلى والخارجى بين المؤسسة وجمهورها من أجل تحقيق الإقناع وكسب الثقة باستخدام وسائل الاتصال المختلفة عن طريق أفراد مؤهلة كممارسة أنشطة العلاقات العامة .

من خلال العرض السابق نرى أن العلاقات العامة :

١- عملية مستمرة من الأنشطة المدروسة والمنظمة تهدف إلى تحقيق الاتصال الداخلى والخارجى .

٢- تستخدم القنوات الاتصالية المختلفة لشرح وتفسير المعلومات الصادقة من أجل كسب ثقة وتأييد الجماهير .

٣- تعتمد على أفراد مؤهلين ومدربين على القيام بعملية الاتصال وممارسة مختلف أنشطة العلاقات العامة .

ج ـ العلاقات العامة فى المجال الرياضى .

أن هناك حاجة ملحة للعلاقات العامة فى المجال الرياضى بمختلف هيئاته سواء كانت هذه العلاقة داخل النادى أو خارج حدود النادى بينه وبين الأندية الأخرى أو بينه وبين الاتحاد الرياضى للألعاب المختلفة أو بين الاتحاد فى علاقته بالاتحادات الأخرى .

والعلاقات العامة تلعب دوراً كبيراً فى مجال النشاط الرياضى من حيث نشر وإعلام الجمهور الداخلى والخارجى عن أنشطة المؤسسات الشبابية أو النشاط الرياضى بالمدارس والجامعات.

ويشير أشرف صبحى على هذا الدور فى تحقيق أهداف ووظائف الهيئات الرياضية حيث يتضح من تكوين واختصاصات هذه الهيئات مدى الارتباط ما بين وظائف العلاقات العامة وإنجاز اختصاصات هذه الهيئات ، فعلى سبيل المثال : الاتحادات الرياضية هيئة كبيرة تضم عدد كبير من الهيئات بداخلها والاتصالما بين الاتحاد وهذه الهيئات قائم على المراسلات والمكاتبات بالإضافة إلى الوسائل الأخرى من الاتصال وكذلك فإن الهدف الأساسى للاتحاد هو نشر اللعبة المختص بها الاتحاد وهذا يعتمد على الدعاية والإعلام باعتبارهما من صميم أنشطة العلاقات العامة .

وأيضاً توصل

محمود الأصبح إلى أن العلاقات العامة فى الأندية الرياضية يقع عليها العبء الأكبر فى توصيل رؤية وأهداف إدارة النادى إلى جماهيره وشرح وتفسير قراراتهم لتلك الجماهير مستعينة فى ذلك بكافة الوسائل الإعلامية والاتصالية .

من خلال ما سبق نرى أن الهيئات الرياضية بمختلف أنواعها سواء كانت مراكز شباب أو أندية أو اتحادات أو لجنة أوليمبية أو وزارة الشباب ، فكلها هيئات متداخلة لا تستطيع أحداها أن تعمل بمفردها دون الاتصال بباقى الهيئات حتى تستطيع أن تحقق أهدافها ومن ناحية أخرى فإن الهيئات الرياضية لها جمهورها الخاص الذى يحتاج إلى أساليب مقننة من أساليب الاتصال حتى تضمن كسب ثقة وتأييد هذا الجمهور سواء على المستوى الداخلى أو الخارجى . الأمر الذى يتطلب ضرورة وجود إدارة للعلاقات العامة على مستوى عالى من الخبرة والمعرفة داخل هذه الهيئات حتى يتسنى لها تحقيق أهدافها ووظائفها على أكمل وجه .

د ـ أهداف العلاقات العامة فى المجال الرياضى :

يشير إبراهيم إمام إلى أن الهدف الأساسى للعلاقات العامة والذى تكثف حوله باقى أهدافها الأخرى هو تحقيق الانسجام والتوافق فى المجتمع الحديث الذى تعتريه التغيرات السريعة فى أنظمته المختلفة حيث أنه إذا لم يتكيف الأفراد مع هذه التغيرات فإنهم يعيشون كالغرباء فى بيداء مجهولة .

ويرى ويليام س *William s.* أن العلاقات العامة فى المجال الرياضى تهدف إلى إحداث التأثير والتغير فى الصورة الزهنية المتكونة لدى جماهير المؤسسة الرياضية نحو البرامج والأنشطة التى تقدمها الإدارة العليا للمؤسسة مما يؤدى إلى تحسين صورة تلك المؤسسة لدى جماهيرها.

أهداف العلاقات العامة فى الهيئات الرياضية :

- تحقيق السمعة الطيبة للهيئة الرياضية .
- توثيق الروابط والعلاقات ما بين الهيئة الرياضية والهيئات الأخرى .
- كسب ثقة وتأييد أعضاء الجمعية العمومية للهيئة الرياضية
- المساعدة فى تنشيط الخدمات للجمهور .

أهداف العلاقات العامة فى المجال الرياضى :

- تفسير معنى التربية الرياضية والخدمات التى تؤديها للفرد والمجتمع .
- خلق اهتمامات واتجاهات متبادلة بين المنظمة أو الهيئة وأعضائها وبين الجمهور .
- اكتساب رضا ومؤازرة الجماهير لبرنامج الهيئة أو المنظمة الرياضية .
- توضيح أهداف المؤسسة وأغراضها للجمهور.
- تسليط الضوء على برامج المؤسسة وأنشطتها .
- شرح السياسة العامة للمؤسسة والإجراءات التنظيمية
- توضيح المشاكل والمعوقات التى تواجه المؤسسة الرياضية واقتراح حل لها.
- إبراز الإنجازات التى تقوم بها المؤسسة .
- تشجيع الأعضاء على ممارسة النشاط الرياضى لخلق جو من العلاقات الإنسانية
- إيجاد وسيلة اتصال بين الجماهير وإدارة الهيئة الرياضية .

بينما قسمت نهاد العربى أهداف العلاقات العامة فى المجال الرياضى إلى قسمين .

- الأهداف مع الجمهور الداخلى :

- إيجاد وتدعيم الصلات الطيبة بين جمهور المنشأة الرياضية والإدارة العليا.
- توفير عوامل الأمن والأمان لدى العاملين داخل المنشأة الرياضية من الجانب المادى والمعنوى .
- تهيئة الجو النموذجى للعاملين بالهيئات الرياضية من خلال خلق روح التعاون .
- شرح سياسة المنشأة للجمهور .
- تقيم اتجاهات الرأى العام للجمهور الرياضى نحو الهيئة الرياضية .
- مد الهيئة الرياضية بكافة التطورات والأحداث الرياضية
- دراسة فئات الجمهور الداخلى وتحليل اتجاهاته وآرائه نحو الهيئة الرياضية وأهدافها .

- الأهداف مع الجمهور الخارجى :

- إيجاد العلاقات الطيبة بين الجمهور والمؤسسة الرياضية .
- تنمية الشعور بالإحساس الوطنى لدى الجمهور فى أوقات الاشتراك فى البطولات .
- استخدام الرسائل العلمية الحديثة لإعلام الجماهير بكل ما هو جديد .
- المساعدة على تسويق الأدوات واللاعبين .
- شرح سياسة الهيئة من خلال توضيح خطة العمل
- مد الجمهور بكل ما يحتاجه من معلومات عن الهيئة الرياضية والتطورات التى تحدث داخلها من حيث قرارات مجلس الإدارة .
- تبصير الرأى العام نحو أهداف المنشأة وأغراضها .
- توطيد السمعة الطيبة للهيئة الرياضية والهيئات الأخرى .
- مد الإدارة العليا للهيئة بآراء واتجاهات وأفكار الجماهير الخارجية بعد تحليلها .

من خلال ما سبق نستخلص أن أهداف العلاقات العامة فى المجال الرياضى مستمدة من الأهداف الأساسية للهيئة الموجودة بها كلاً حسب اختصاصاتها وطبيعة عملها ولكى تحقق الهيئات الرياضية أهدافها بنجاح يجب عليها أن تحدث اتصالاً مستمراً مع جمهورها الخارجى والداخلى ، وتعتبر إدارة العلاقات العامة هى الإدارة المسئولة عن إحداث هذا الاتصال

بمختلف أشكاله مستخدمة فى ذلك الأساليب والوسائل المختلفة للاتصال من خلال مجموعة من
المتخصصين مما ينعكس بصورة إيجابية على العمل داخل الهيئات الرياضية لذلك يجب تحديد أهداف الهيئة الرياضية فى المقام الأول حتى يسهل علينا تحديد ما
يجب أن تحققه العلاقات العامة من أهداف داخل هذه الهيئة .

هـ - وظائف العلاقات العامة فى المجال الرياضى :

تعانى العلاقات العامة من عدم اتفاق المهتمين بدراستها حول وظائفها وأهدافها وهو ما أدى إلى تداخل اختصاصات العلاقات العامة كوظيفة أساسية فى المؤسسة مع اختصاصات وأعمال غيرها من الوظائف الإدارية الأخرى .

ويرى الكثير من الخبراء فى مجال العلاقات العامة أن الاختلاف فى وظائف العلاقات العامة ينتج من تعدد أنواع التخصص فى المهنة وكذا اختلاف أهداف المؤسسات من حيث أنها إنتاجية أو خدمية .

ويذكر شريف أحمد شفيق أن وظائف العلاقات العامة تتكون من :

- البحوث وجمع المعلومات .
- التخطيط والبرمجة .
- الاتصال .
- التقويم.

واتفق معظم الباحثين على أن هناك خمس وظائف أساسية للعلاقات العامة :

- البحث.
- التخطيط.
- التنسيق.
- الإدارة.
- الإنتاج .

ويؤكد محمد السمنودى ونبيل عبد المطلب أن وظائف العلاقات العامة فى المجال الرياضى هى :

- تنمية الثقافة الرياضية لدى الجمهور حتى يعى أهداف وفلسفة النشاط الرياضى .
- تنقية المجال الرياضى من أوجه القصور التى تبعده عن أهدافه .
- تصحيح صور التعبير عن الانتماء لدى الجماهير

- الوقوف على مستوى إقناع الأفراد بالسياسة العامة للخريطة الرياضية وتوضيح وجهات النظر المختلفة لدى الجهات العليا .
- المساهمة فى حل المشكلات التى تطرح على الساحة الرياضية .
- توضيح دور الأندية الرياضية ومراكز الشباب فى تنمية الشباب الرياضى داخلياً وخارجياً .
- تحسين صورة الرموز الرياضية لدى الجماهير داخلياً وخارجياً .
- تسهيل مهمة البعثات الرياضية فى الخارج والداخل وتوفير ما يلزم من معلومات وحقائق عن الفرق الرياضية والبعثات الأخرى.

ويضيف محمود الأصبح أن وظائف العلاقات العامة فى الهيئات الرياضية تتم عن طريق :

- التخطيط.
- البحوث.
- الاتصال.
- التقويم.

حيث أن وظيفة التنفيذ تتم من خلال عملية الاتصال وأن الأهداف تتم من خلال عملية التخطيط وبذلك فإن هذه الوظائف هى الوظائف الأساسية والتى تحتوى على الوظائف الفرعية ويجب أن يرتكز برنامج العلاقات العامة الجيد على هذه الوظائف ولا يهمل واحدة على حساب الأخرى .

من خلال ما سبق نرى أن الوصول إلى تحقيق أهداف العلاقات العامة يتم عن طريق القيام بمجموعة من الوظائف متمثلة فى " التخطيط - البحوث -الاتصال - التقويم " وهذه الوظائف يتم القيام بها فى صورة أنشطة مختلفة ومتعددة تعتمد فى داخلها على ما يسمى بفنون العلاقات العامة .

و ـ العلاقات العامة والاتصال :

يعتبر الاتصال عملية حيوية وضرورة حتمية لأى منظمة حيث لا يمكن تصور أن تبقى منظمة وتستمر وتنمو دون اتصال بالمنظمات الأخرى . بل أن التحدى الحقيقى يكمن فى كيفية ممارسة الاتصال على نحو فعال خاصة فى مجال العلاقات العامة حيث يتم نقل وتبادل المعلومات والأفكار والآراء والحقائق والمشاعر بشكل مباشر أو غير مباشر باستخدام وسائل الاتصال .

ومن هنا أصبح الاتصال هو الوظيفة الأساسية للعلاقة العامة أما بقية الوظائف الأخرى وهى البحوث والتخطيط والتقويم تمثل مجموعة الوظائف

المساعدة للوظيفة الأم فى مجال العلاقات العامة وهى وظيفة الاتصال خاصة وأن العلاقات العامة هى أساساً عملية الاتصال بالجماهير الداخلية والخارجية .

والاتصال فى العلاقات العامة لا يعنى فقط إعلام الناس أو نقل المعلومات أو الأخبار لهم ، ولكنه يتجاوز هذه المرحلة إلى مرحلة نقل الاتصال المؤثر الذى يترك أثراً طيباً فى نفس المستقبلين والمشاهدين له ، وأنه يهدف إلى تحسين الرأى العام نحو المؤسسة ولن يتم ذلك إلا إذا كان ما ينتقل من اتصال هو شئ مفيد وفعال ومؤثر .

وللاتصال تعاريف متنوعة على أساس أن الاتصال يستخدم فى علوم الاجتماع ، النفس ، الإعلام ، الإدارة ، السياسة ، العلاقات العامة ، وغيرها من العلوم الأخرى بحيث يعكس كل منها تخصص معين وعلى ذلك لا يوجد تعريف جامع مانع متفق عليه من المهتمين بدراسته فيعرفه زيدان عبد الباقى على أنه " عملية تفاعل بين طرفين إلى أن تصير رسالة معينة " .

وفى المجال الرياضى يعرفه محمد السمنودى ونبيل عبد المطلب وفقاً لارتباطه بالعلاقات العامة على أنه " عملية تبادل للأفكار والمعلومات الرياضية على المستوى الفردى أو العام بغرض نقل الحقائق والاتجاهات والآراء التى تعبر عن موقف موضع نقاش" .

ويضيف حسن الشافعى وسوزان مرسى أن الاتصال هو نقل المعلومات والأنباء والرسائل شفوية أو كتابية بقصد التأثير فى السلوك البشرى وتحريره .

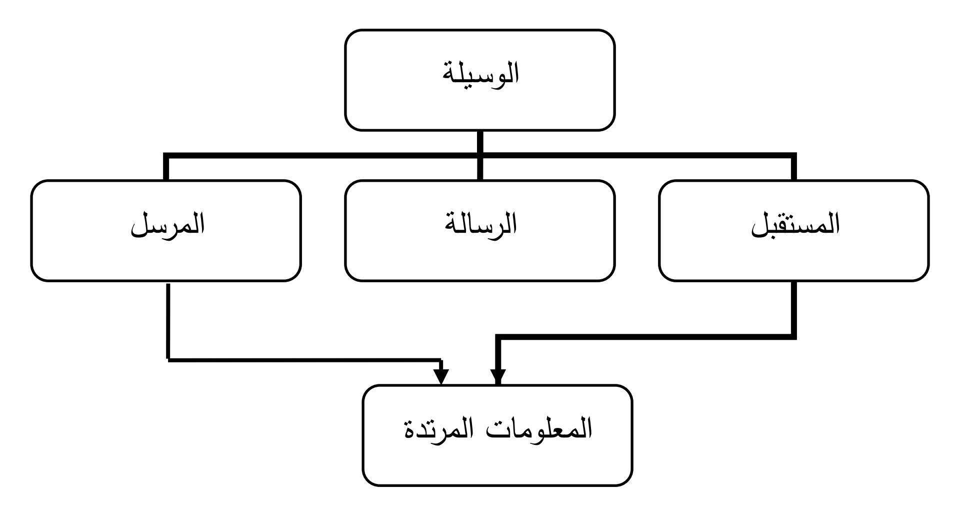
ونرى أن الاتصال : عملية مقننة أو غير مقننة يحدث خلالها نقل المعلومات من فرد أو هيئة إلى فرد أخر أو مجموعة أفراد أو هيئات باستخدام وسيلة مناسبة بغرض تحقيق التفاهم المشترك.

عناصر عملية الاتصال :

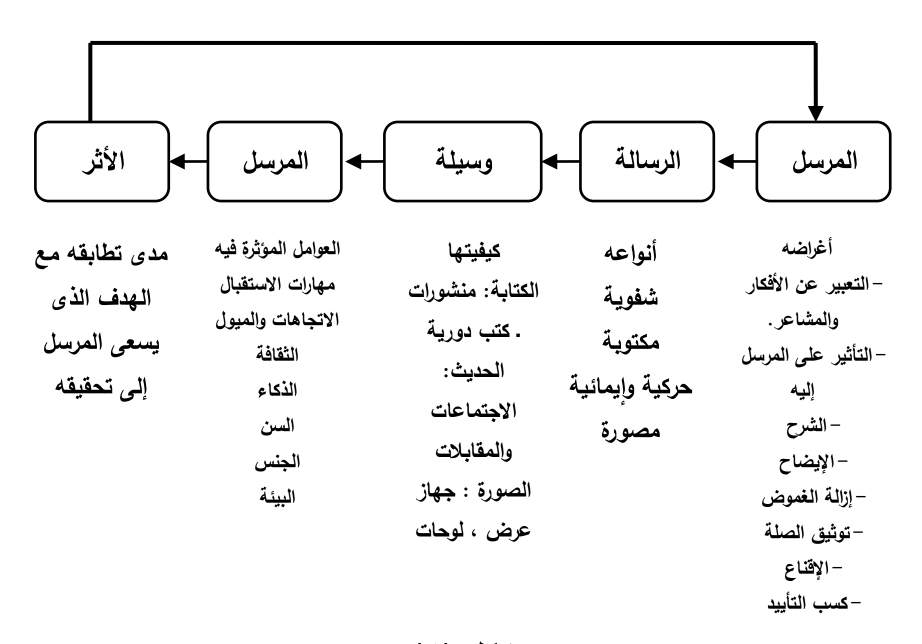
يذكر سعيد العربى نقلاً عن أشرف صبحى أن العملية الاتصالية تتكون من مجموعة من العناصر التى من خلالها تتم عملية الاتصال .

- المرسل : هو كل ما يبعث بمجموعة من المعلومات.
- المستقبل : هو متلقى المعلومات المرسلة من جانب المرسل.
- الرسالة : مجموعة من المعانى التى يرسلها المرسل إلى المستقبل .
- وسيلة الاتصال : الوسيلة التى تنقل الرسالة من المرسل إلى المستقبل .

- المعلومات المرتدة : ويطلق عليها رد الفعل ، فالاتصال لا يتم بدون معرفة رد الفعل الذى أحدثه لدى المستقبل حتى يتأكد من تسلمه الرسالة وفهمه لها .



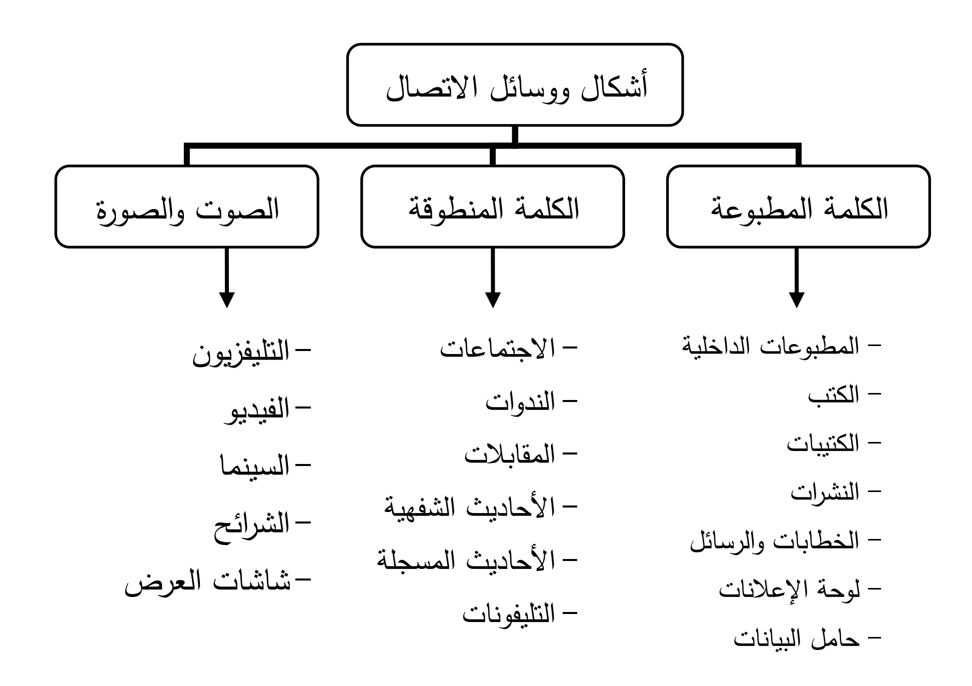
شكل (٣)
عناصر عملية الاتصال



شكل (٤)
مكونات عملية الاتصال والعوامل المؤثرة فيه

أنواع ووسائل الاتصال :

- يذكر طاهر مرسى أن لوسائل الاتصال ثلاثة أشكال :
- الكلمة المكتوبة
- الكلمة المنطوقة
- الصورة والصوت والشكل التالى يوضح وسائل الاتصال أو أدوات الاتصال طبقاً لأشكاله السابقة .



شكل (٥)
أدوات ووسائل الاتصال طبقاً لأشكاله

ويضيف على الباز أن وسائل الاتصال تنقسم إلى :

- وسائل الاتصال المباشرة أو البسيطة :

عن طريق اللقاءات الشخصية أو الاجتماعات أو المناقشات المفتوحة والاتصال التليفوني والمعارض وحفلات الاستقبال والزيارات للمنظمة للإطلاع على نشاطها والرسائل المباشرة التى ترسل إلى المواطنين لطلب شئ منهم أو الرد على طلباتهم .

- وسائل الاتصال غير المباشر :

عن طريق الصحافة والإذاعة والتليفزيون والسينما والنشرات والكتيبات الدورية والمجلات الخاصة والمؤتمرات الصحيفة .

من خلال ما سبق نرى أن تقسيمات وسائل الاتصال تختلف فى شكلها الخارجى ولكنها تتفق فى مضمونها الداخلى ومن هنا يعتبر اختيار وسيلة الاتصال المناسبة هو حجر الزاوية الذى يعتمد عليه نجاح عملية الاتصال خاصة وأن اختيار الوسيلة المناسبة يتوقف على عدة عوامل منها نوع الرسالة والمستقبل من حيث الإعداد والثقافة والجنس لذلك يجب مراعاة هذه العوامل عند اختيار الوسيلة. والرسالة فى المجال الرياضى غالباً ما تكون موجهة لأعداد كبيرة من الجماهير على اختلاف أعمارهم وثقافتهم وميولهم واتجاهتهم الأمر الذى يضفى على الاتصال درجة عالية من الصعوبة مما يتطلب ضرورة الحرص عند اختيار الوسيلة المناسبة .

ز ـ العلاقات العامة والرأى العام :

يعتبر الرأى العام بمثابة مساحة العمل ومجال التأثير لأنشطة العلاقات العامة وذلك باعتبار أن الرأى العام هو الممثل لفكر الجمهور الذى هو الطرف الثانى فى معادلة التوازن التى تحاول العلاقات العامة أحداثها والحفاظ عليها بين المنشأة والجمهور.

ورغم أهمية الرأى العام فى مجال العلاقات العامة ليس من السهل تحديد تعريف شامل جامع مانع له فهو يعتبر من المصطلحات التى يصعب وضعها أو تعريفها أو قياسها فمن المستحيل رؤيته ولكن من السهل الإحساس به وبقوته وأهميته .

ولقد عرفه جونبرج بأنه :

" تعبير الجمهور نحو قضية مختلف عليها ".

أما رايلى فيعرفه بأنه :

" تعبير أفراد مجموعة أو مجموعات تشترك فى اهتمامات مشتركة عن اتجاهتهم نحو مسألة مختلف عليها " .

ويرى حسن أحمد توفيق أن الرأى العام ما هو إلا تعبير إزاء قضية مختلف عليها .

مما سبق نستخلص اتفاق أغلب التعرفات على أن الرأى العام هو عبارة عن آراء بعض الأفراد تجاه قضية معينة ولذلك يمكن القول أنه حتى يوجد رأى عام لابد من وجود مشكلة مثيرة للجدل وجمهور له علاقة بهذه المشكلة .

- أنواع الرأى العام :

يقسم محمد عبد الفتاح أنواع الرأى العام كالتالى :

من حيث الظهور :

- الرأى العام الظاهر
- الرأى العام الكامن

من حيث الاستقرار :

- الرأى العام الدائم
- الرأى العام المؤقت

من حيث التواجد :

- رأى عام موجود فعلاً
- رأى عام متوقع

من حيث درجة الاندفاع :

- رأى عام مستنير
- رأى عام غير مستنير

بينما يذكر على الباز نقلنا عن حسين عبد القادر أن الرأى العام ينقسم إلى :-

- الرأى العام الدائم الكلى :

وهو يرتكز على أسس تاريخية وثقافية ودينية ويشترك فيه أفراد الجماعة ويمتاز بالاستقرار والثبات على مر الزمن .

- الرأى العام المؤقت :

وتمثله الأحزاب السياسية والهيئات الخاصة ذات البرامج المحددة والأهداف المعينة وينتهى هذا النوع من الرأى العام بانتهاء حياة تلك الأحزاب والهيئات .

- الرأى العام اليومى :

وهو الفكرة اليومية التى يعتنقها معظم أفراد الجماعة نتيجة لحادث مفاجئ أو كارثة حدثت بالجماعة أو حدث سياسى خطير وهذا الرأى العام متقلب .

وترى نهاد العربي أن الرأى العام ينقسم إلى :

- الرأى العام الظاهرى .
- الرأى العام الباطني .
- الرأى العام المؤقت .

من خلال ما سبق نستخلص أن الرأى العام فى المجال الرياضى يمكن تقسيمه إلى :

- رأى عام ثابت :

يتضح ذلك فى اتجاه مجموعة من الأفراد وآرائهم نحو رياضة معينة أو فريق معين أو نادى معين ويتضح ذلك فى اعتناقهم هذه الرياضة أو تشجيعهم الدائم لهذا الفريق .

- رأى عام مؤقت :

يحدث نتيجة لموقف معين وهو عبارة عن فكرة مؤقتة يعتنقها معظم أفراد الجماعة نتيجة حادث مفاجئ مثل الفوز أو الهزيمة أو قرارات مفاجئة لمجالس إدارات الهيئات الرياضية وهذا الرأى يستمر لفترة مؤقتة وسرعان ما يتغير .

- العوامل المؤثرة فى تكوين الرأى العام :

يكتسب الرأى العام قوته من خلال الأفراد ، وهؤلاء هم الذين تستهدف إقناعهم ، لذلك يجب علينا أن تفهم كيف تتكون الصورة فى مخيلة هذه الأفراد وما هى العوامل المؤثرة على تكوينها .

- العوامل الشخصية :

الإنسان بطبيعته حزمة تضم مُثل ، مبادئ ، أهداف حياتية ، خوف إحباط ، كراهية ، حب ، عادات ، تقاليد ، ومفردات هذه الحزمة تضع افتراضات الإنسان وأحكامه المسبقة ومن ثم سلوكه .

- الثقافة :

يتأثر الإنسان ببقية الناس تأثيراً كبيراً ، فالإنسان لا يعيش منفرداً ، بل لابد أن يرتبط بالأسرة ورفاق اللعب والمدرسة والمكتبة والحى والشارع الذى يعيش فيه وكل هذه تمثل روافد تحدد فى النهاية شكل العلاقات الاجتماعية ومن خلال الوسط الثقافى والاجتماعى يحدد الإنسان نظرته للحياة ويحدد معاييره وقيمه وعاداته فالثقافة إذن ضرورية لفهم الإنسان كفرد وكمجموعة .

- الأسرة :

الأسرة هى الخلية الأساسية للمجتمع ، والصانع الأول لآراء الأفراد ووجهات نظرهم فى الحياة ، ويصعب كثيراً على الفرد أن يتخلص من تأثير الأسرة عليه ، ومن الغالب يأخذ الإنسان كثيراً من اتجاهات وقيم أبويه ونظرتهم للحياة .

- الدين :

الدين هو أكثر العوامل التى تجمع بين الأفراد أهمية وتأثيراً ، ولا يستطيع أحد أن ينكر التأثير القوى للدين على اتجاهات الأفراد وسلوكهم ، ولا يمكن لأي محاولة لتغيير الرأى العام أن تنجح إذا ما حاولت إنكار أثر الدين .

- المدرسة :

تلعب المدرسة دوراً هاماً فى تكوين الرأى العام باعتبارها صانعة المستقبل ولهذا تجذب المدرسة انتباه خبراء العلاقات العامة .

- الطبقة الاقتصادية :

يحدد مستوى دخل الفرد الطبقة الاقتصادية التى ينتمى إليها ، وتحدد هذه الطبقة الكثير من اتجاهات الفرد ، فالعامل الاقتصادى هو العامل الأساسى المحرك لهذه الاتجاهات .

- الطبقة الاجتماعية :

توجه الطبقة الاجتماعية اتجاهات الأفراد وعلينا أن نوضح علاقة دخل الفرد بطبقته الاجتماعية ، فالدخل العالى لا يعنى بالضرورة انتماء الفرد لطبقة اجتماعية عالية ، فالطبقة الاجتماعية تحدد حسب أصل العائلة ، التعليم، الوظيفة مستوى السكن ، مستوى الجيران ، وكل هذه المتغيرات تلعب دوراً هاماً فى تحديد وتغيير اتجاهات الأفراد .

ح ـ العلاقات العامة والجمهور :

إن العلاقات العامة تتعامل دائماً مع الجمهور وتسعى إلى كسب ثقة وتأييد هذا الجمهور فى صف المنظمة التى تقوم بخدمة هذا الجمهور .

ولذلك نجد أن برامج العلاقات العامة تتوجه أساساً فى أى مؤسسة إلى الجماهير المنتمية إليها كى يتعرفوا على سياستها وأعمالها من ناحية وتشبع رغبات هذه الجماهير واحتياجاتها الاتصالية وحل مشكلاتها مع المؤسسة من ناحية أخرى . ويرى على عجوة أن الجمهور هو : " مجموعة الأفراد الذين يهتمون بالمنشأة أو يتأثرون بها أو الذين يمكن أن تؤثر آراؤهم فيها " .

ويعرفه محمد عصام المصرى على أنه : " مجموعة مترابطةأو متجانسة من الأفراد ، لها صفات خاصة تجعلهم على علاقة بمنشأة معينة تؤثر فيها وتتأثر بها ". ويضيف محمد السمنودى ونبيل عبد المطلب أن الجمهور هو "جماعة من الناس تربطهم سوياً مصالح مشتركة ولهم خواص

موحدة تجمع بينهم ويتفقون فيما بينهم من حيث : الجنسية والسلالة ـ اللغة ـ الدين ـ الدخل ـ المكانة الاجتماعية ـ الثقافة ـ المكان الجغرافى " .

- أنواع الجمهور :

ويذكر أحمد محمد المصرى أن الجمهور يختلف من هيئة إلى هيئة أو من مؤسسة إلى أخرى وأن هناك العديد من أنواع الجمهور ومنها:

١- الجمهور المثقف :

هو الجمهور الذى تعلم ووصل إلى درجة عالية من الثقافة والمعرفة ولديهم من الوسائل ما يجعلهم يناقشون ويجادلون لذلك نجد أن بعض أخصائى العلاقات العامة تأخذهم الرهبة والحرص عند تعاملهم مع هذا الجمهور وهذا أمراً ضرورياً فى التعامل مع هذه النوعية من الجمهور .

٢- الجمهور العنيد :

هذا الجمهور ليس بالضرورة أن يكون ذكياً أو مثقفاً أو مدركاً ومع ذلك فهو يرفض كل ما يعرض عليه سواء عن اقتناع أو عدم اقتناع ويعتبر أن كل ما يقال إليه مرفوض . والتعامل مع هذا الجمهور صعب ويحتاج إلى الصبر فى إجراء الاتصال به .

٣- الجمهور الذواق :

هو جمهور مرهف الحس متجاوب ويحترم من يتحدث إليه ، ومعلومات هذا الجمهور أكثر من غيره من الجماهير وأغلبية أفراده من المتعلمين القادرين على الاستيعاب والمناقشة والجدل ، ولهذا نجد أن مهمة أخصائى العلاقات العامة فى الاتصال بهذا الجمهور أكثر يُسراً ومرونة من ذلك الجمهور العنيد .

٤- الجمهور الغامض :

هذا الجمهور لا يتأثر ولا ينفعل بسهولة وغالباً ما يكون هادئاً لا يكشف عن سر هدوءه أو بمعنى أخر هو جمهور منغلق كالباب الموصد أو الحائط الأصم وبالتالى فهو يحتاج إلى أخصائى علاقات عامة يتمتع بالحنكة والخبرة والهدوء حتى يصل إلى حقيقته ومنتهاه لأن الغموض فيه ليس بدائم ومستمر حيث أن طبيعة البشر تتغير من وقت لأخر حسب المؤثرات القوية عليه .

٥- الجمهور الجاهل :

وهذا الجمهور من أصعب أنواع الجماهير اتصالاً لأنه قد لا يقرأ أو يكتب ومن الممكن أن يجيد القراءة والكتابة ولكن يفتقد إلى المعرفة وهذا الجمهور يجب الحرص فى الاتصال بهم لأنه له مفاهيمه وعاداته ومعتقداته التى تسيطر عليه .

٦- الجمهور البسيط :

وهذا الجمهور لا يمكن وضعه على مستوى معين ، فهو يتكون بسهولة وينفض بسهولة ويتفاعل بسرعة ويهدأ بنفس الأسلوب ومن أمثلة هذا الجمهور : جمهور الأطفال الصغار وجمهور الكرة فى مصر وجمهور العمال العاديين .

ويشير أشرف صبحى نقلاً عن محمد محمد فضالى إلى أن الجمهور فى المؤسسات الرياضية له خصائص معينة ، فيوجد الجمهور المثقف والجمهور الغامض والجمهور الجاهل والجمهور الذواق والجمهور البسيط وكلها نماذج توجد فى الجماهير الرياضية فعلى أخصائى العلاقات العامة أن يدرس ويدقق فى معرفة الجمهور من جميع الجوانب حتى يكون تعرفه على هذا الجمهور دقيقاً وواعياً لكل مكوناته واتجاهاته وصفاته .

ونرى أن التربية الرياضية تخاطب كافة فئات المجتمع خاصا فإن الهيئات الرياضية تتعامل مع مختلف أنواع الجماهير فممارسة الرياضة مقصد للمثقف وغير المثقف والعنيد والذواق لذلك كان لزاماً على العاملين بالعلاقات العامة أن يدرسوا أولاً طبيعة الجمهور المتعامل معه ثم بعد ذلك يحدد نوعية الرسالة المطلوب توصيلها ثم بعد ذلك اختيار الوسيلة المناسبة لإحداث هذا الاتصال مع هذا الجمهور .

ط ـ العلاقات العامة وإدارة الأزمات :

ما أشبه حياة المنظمات بحياة الإنسان ، فقد تمضى الحياة بالإنسان وهو سعيد ينجز طموحاته ويحقق أهدافه وتصادف خطواته المزيد من النجاح ويحوز على الكسب المادى والمعنوى ولكن الحياة لا يمكن أن تكون نجاحاً ورخاءً على الدوام ففى ذروة النجاح قد تصادف الإنسان عثرة أو تواجهه كبوة تعكر صفو حياته ، وحال المنظمات والهيئات كذلك ، فقد تنجح المنظمة وتتفوق على مثيلاتها من المنظمات وفجأة قد تخرج الأحداث عن سيرها المعتاد لتواجه المنظمة واقعاً جديداً أو حالة طارئة أو موقفاً استثنائياً فيما يمكن تسميته بالأزمة .

لذلك يحظى موضوع إدارة الأزمات باهتمام كبير من الباحثين فى مجال العلوم الاجتماعية والإنسانية ، كما يلقى اهتماماً متزايداً من علماء الاتصال حيث يعتبر الاتصال عنصراً أساسياً لا غنى عنه فى إدارة الأزمات المختلفة التى قد تتعرض لها المنظمات وذلك لمساهمته فى نجاح إدارة الأزمة من خلال المعالجة الإعلامية المناسبة لأحداثها .

خاصة وأن الأزمة مشكلة إدارية لكنها سرعان ما تتحول إلى حدث إعلامى حيث تهتم وسائل الإعلام بنقل أخبارها وهو ما يعرف بالرؤية الجماهيرية لأعمال المنظمة وهذا ما يتطلب الاهتمام بالجوانب الاتصالية والإعلامية إلى جانب الجوانب الإدارية فى التعامل مع الأزمات المختلفة التى قد تتعرض لها بهدف التقليل من تأثيراتها السلبية إلى أقل قدر ممكن .

ولما كانت المنظمات تعتمد اعتماداً أساسياً على جهاز العلاقات العامة فى نقل المعلومات على المستويين الداخلى والخارجى للمنظمة وارتدادها العكسى بما يسمح بمعرفة آراء واتجاهات الجماهير وردود أفعالها وذلك من خلال وسائل الإعلام وطرق الاتصال الأخرى بالجماهير فإن هذا يلقى عبئاً متزايداً على جهاز العلاقات العامة المسئول عن الاتصال فى ظل ظروف الأزمة .

والأزمة فى مفهومها البسيط أنها عبارة عن موقف عصيب يتصف بأنه خطر داهم وتهديد مباشر لكيان المواطن أو المجتمع أو المنظمة كما أنه موقف يتطلب التدخل الفورى والمواجهة المحسوبة فى ضوء عنصر الوقت والإلحاح على الحد من تفاخم الأزمة .

ويعرفها محمد رشاد الحملاوى على أنها "عبارة عن خلل يؤثر تأثيراً شديداً على المؤسسة كما أنها تهدد الافتراضات والمسلمات الرئيسية التى تقوم عليها المؤسسة ".

ويعرفها محسن الخضيرى على أنها " لحظة حرجة حاسمة تتعلق بمصير الكيان الإدارى الذى أصيب بها ، مشكلة بذلك صعوبة حادة أمام متخذ القرار وتجعله فى حيرة بالغة لا يدرى أي قرار يتخذ ، كل ذلك فى دائرة مليئة بعدم التأكد وقصور المعرفة واختلاط الأسباب بالنتائج " .

على حين تعد الأزمة لدى الأمير محمد على أنها : " نقطة تحول غير عادية وحدث مفاجئ فى حياة المنظمة يفقدها التوازن ويوقف تصرفاتها الطبيعية ويصعب التكهن به وبأبعاده المتشابكة " .

وتعرفها عائدة منجى :" بأنها حدث مفاجئ يتسبب عند وقوعه فى خسائر بشرية أو مادية بالنسبة لجماعة من الناس مما يؤدى إلى درجة من التوتر فى النسيج الاجتماعى لهذه الجماعة " .

يضيف إبراهيم العيسوى أن الأزمة حدث يقع فجأة دون توقع أو يكون توقعه قد تم قبل وقوعه بوقت قصير جداً ، الأمر الذى لا يسمح باتخاذ الإجراءات المناسبة لمواجهته كما أنه يتسبب فى وقوع خسائر مالية أو مادية أو بشرية أو نفسية كما يتسبب فى خلق مشكلات جديدة لا تملك المؤسسة الخبرة اللازمة لمواجهتها .

- تصنيف الأزمات :

تتعدد أنواع الأزمات وتختلف إلا أنه ممكن تصنيفها وفقاً لعدة أسس .

- تصنيف الأزمات من حيث معدل تكرارها :
  - أزمات ذات طابع دورى متكرر الحدوث .
  - أزمات ذات طابع فجائى عشوائى غير متكرر .
- تصنيف الأزمات من حيث شدتـها :
  - أزمات عنيفة جامحة ساحقة يصعب مواجهتها .
  - أزمات خفيفة تسهل مواجهتها .
- تصنيف الأزمات من حيث عمق الأزمة :
  - أزمات سطحية غير عميقة هامشية التأثير .
  - أزمات عميقة متغلغلة جوهرية هيكلية التأثير .
- تصنيف الأزمات من حيث موضوع أو محور الأزمة :
  - أزمة مادية .
  - أزمة معنوية .
  - أزمة تجمع بين المادية والمعنوية .
- مراحل الأزمة :

يذكر عثمان محمد العربى أن للأزمة ثلاث مراحل رئيسية :

١- مرحلة ما قبل الأزمة (الاستعداد).
٢- مرحلة انفجار الأزمة (المواجهة).
٣- مرحلة ما بعد الأزمة (إعادة التوازن) .

- أدوات الاتصال فى الأزمات الرياضية :

هناك العديد من الأدوات التى يمكن الاعتماد عليها واستخدامها بنجاح أثناء الأزمة الرياضية منها :

- البيانات الصحفية :

حيث تصدر الجهة الإدارية المعنية عدة بيانات صحفية تتسم بالصدق والأمانة حول ما هو قائم خلال الأزمة ويتطور الوضع بعد ذلك .

- البرامج التليفزيونية :

أحياناً يتطلب الأمر عرض خلاصة عن الأزمة فى التليفزيون بحيث أن يكون مقدم برنامج الأزمة واعياً ودارساً للأزمة ويفضل أن يكون واحداً من فريق إدارة الأزمة ، ويجب أن يكون مدرباً على مواجهة الكاميرا ولديه قدراً كبيراً من الحقائق والمعلومات عن هذه الأزمة .

- المؤتمرات الصحفية :

يجب الدعوة إلى عقد مؤتمر صحفى أو أكثر لتزويد وسائل الإعلام بالبيانات الموثوق منها وأيضاً إعطائهم بعض الوثائق والمستندات والصور والملخصات حول أحداث الأزمة ويجب أن يشارك فى الإعداد للمؤتمرات الصحفية مجموعة من المدربين على التعامل مع رجال الإعلام فى مثل هذه الأمور .

- مركز المعلومات والبيانات :

من المهم قيام إدارة الأزمة بتوفير مركز للمعلومات والبيانات يكون فى مكان يسهل الاتصال به ويكون كذلك مزوداً بالحديث من أدوات معالجة وتشغيل وتصنيف وتلخيص البيانات والمعلومات .

- مخاطبة الجماهير :

يجب أن يسلم بأنه من حق المواطن أن يعرف الحقائق أولاً بأول وخاصة فى العصر الحديث والذى أصبحت فيه وسائل الاتصال المرئية والمسموعة تنقل لنا الأحداث من كل أرجاء العالم وفى نفس الوقت يجب أن نقدر دور السلطات المسئولة عن الأخبار والإعلام عن الأزمة الجماهيرية .

ك - أخصائى العلاقات العامة :

شهدت الآونة الأخيرة تطوراً ملحوظاً فى مجال العلاقات العامة بشكل جعل من هذا النشاط نشاطاً لا يمكن الاستغناء عنه فى المنشأة الحديثة وقد يتطلب ذلك وجود كوادر بشرية لديها الاستعداد وتملك الخبرة والعلم

اللازمان لممارسة تلك الأنشطة على أكمل وجه وبأعلى كفاءة ممكنة وتتوفر فيها الشروط والمواصفات التى تجعلها صالحة لتفهم الاتجاهات والتطورات التى تحدث فى الرأى العام .

وعلى الرغم من أنه لا يوجد بين البشر أخصائى العلاقات العامة المثالى لأنه لا يمكن لأى شخص أن تكون لديه جميع السمات المثالية لسبب بسيط هو أنه كائن بشرى تحكمه التجربة والبنية ومع ذلك يمكن أن نضع معايير وأسس تمكن من اختيار أخصائى أو ممارس العلاقات العامة الناجح .

خطوات الأسلوب العلمى فى اختيار العاملين فى إدارات العلاقات العامة:

ولقد حدد محمد منير حجاب وسحر وهبى خطوات الأسلوب العلمى فى اختيار العاملين فى إدارات العلاقات العامة فيما يلى :

- تحليل وظائف العلاقات العامة وتحديد المهارات والاستعدادات والمؤهلات الواجب توافرها فى الفرد الذى يستطيع القيام بها .
- تحليل الأفراد المتقدمين لتحديد مهاراتهم واستعدادتهم وقدراتهم ومعرفة مؤهلاتهم .
- المماثلة بين مقتضيات وظائف إدارة العلاقات العامة وخصائص الأفراد المتقدمين بحيث يرشح كل فرد منهم لممارسة النشاط الذى يتلاءم مع مهاراته وقدراته واستعدادته ومؤهلاته .

ولقد حدد على عجوة الصفات الأساسية التى ينبغى توافرها فى أخصائى العلاقات العامة أيا كان مجال عمل المؤسسة فى صفتين أساسيتين وهما الشخصية المحبوبة ، القدرة على الاتصال بالجماهير ولكى نتحقق من توافر الصفة الأولى وهى الشخصية المحبوبة لابد أن نتأكد من تواجد الخصائص التالية :

١- الجاذبية :

وإن كان من الصعب تحديد هذه الصفة تحديداً دقيقاً إلا أنه من السهل أن نشعر بها ونراها فى معاملاتنا مع الغير ومن مظاهر هذه الصفة : سماحة الوجه ورقة الحديث وتناسب القوام وحسن الهندام .

٢- الإحساس العام :

أن يكون لديه القدرة على الشعور بمدى توافقه مع الغير أو نشاذه عنهم وأن يعرف متى يتكلم ومتى يصمت ومتى يدافع ومتى يهاجم .

٣- حب الإطلاع:

لابد أن تتوافر للمشتغل بالعلاقات العامة الرغبة المستمرة فى أن يعرف عناصر الأحداث ماذا ولماذا ومتى وكيف وأين ومن فبدون ذلك لن يحصل على الحقائق ولن يكون قادراً على تفسير الأحداث .

٤ - الكياسة :

يتوقف نجاح رجل العلاقات العامة على مدى تأثيره فى تفكير الأخرين وهذا يتطلب قدراً من الدقة والكياسة ، فالغلظة دائماً تولد الاستياء لكن الفصاحة واللباقة هما أساس التفاهم والتعاون.

٥- الاتزان :

يتضمن نشاط العلاقات العامة الاتصال بالأفراد والجماعات ومن أهداف هذا الاتصال تحقق التفاهم وكسب التأييد وخلق انطباع طيب عند جماهير المؤسسة والاتزان هو أحد مكونات هذا الانطباع فهو يساعد رجل العلاقات العامة على مواجهة المشكلات فى هدوء واتخاذ القرارات الحكيمة التى تؤدى إلى التغلب عليها .

٦- الاهتمام بالآخرين :

لابد أن يكون القائم بوظيفة أخصائى العلاقات العامة محباً للآخرين مقبلاً عليهم لكى يتعرف على طريقة تفكيرهم وأساليب التأثير فيهم .

٧- الموضوعية :

وهى القدرة على النظر بتجرد عن الذات إلى المشكلات المعروضة والتعرف على العيوب حتى وإن كان مصدرها الشخص نفسه وعدم التحيز لأى فريق على حساب الآخر .

٨- الحماس :

العلاقات العامة عملية مستمرة لبيع الأفكار للآخرين والتأثير فيهم وما لم يكن البائع متحمساً لما يبيع فأولى بالمشترى أن يزهد فى الشراء منه .

٩- الاستمالة :

لابد لرجل العلاقات العامة أن يكون قادراً على استمالة الغير للأفكار التى يعبر عنها .

١٠- الاستقامة :

لابد لرجل العلاقات العامة أن يكون مهذباً مخلصاً لوظيفته لأن نجاحه رهن بثقة الناس فيه .

١١- الخيال الخصب :

العلاقات العامة وظيفة خلاقه تعتمد على الابتكار فى مواجهة المشكلات والتغلب على الآراء المعارضة لذلك يجب على رجل العلاقات العامة أن يتمتع بخيال خصب حتى يستطيع وضع الحلول المناسبة للمشكلات المطروحة .

١٢- النشاط :

يجب على رجل العلاقات العامة أن يكون قادراً على العطاء بجهد وافر وكبير خاصة وأن العلاقات العامة عبارة عن عمل دائم وأنشطة متعددة ومن الخطأ أن يستكين رجال العلاقات العامة إلى مكتب أنيق يعمل من خلف ستائره .

أما الصفة الثانية وهى القدرة الاتصالية وتتمثل فى المهارات التالية :

١- مهارات القراءة وهى مهمة لسببين :

- يجب أن يعرف اللغة تماماً حتى يكون قادراً على استعمال الكلمات والعبارات التى تعبر عن أفكاره .
- الحصول على المعلومات المطلوبة من المصادر المطبوعة أو الخطية سواء كانت عامة أو خاصة وفهم ما تتضمنه هذه المعلومات من اتجاهات مؤثرة على المؤسسة .

٢- الكتابة :

القدرة على الكتابة من أهم الخصائص التى ينبغى أن تتوفر فى المشتغلين فى العلاقات العامة وليس معنى ذلك الارتفاع بهم إلى مستوى الأدب الرفيع وإنما المقصود الكتابة الواضحة الخالية من المصطلحات المعقدة والكلمات الغريبة والكتابة وظيفتها نقل الأفكار والمعلومات والأحداث وأى شئ يعوق هذا النقل مرفوض فى العلاقات العامة .

٣- الاستماع :

تتضمن مهارة الاستماع اليقظة التامة لما يقال وكذلك فهمه والقدرة على توجيه الأسئلة الصحيحة سواء كان ذلك فى استطلاع للآراء أو توجيه للمناقشة فرجل العلاقات العامة هو الذى يراقب الناس وهو يستمع إليهم .

٤- التخاطب :

وتعنى الحديث الجذاب المنطقى المفهوم لنقل أفكار المتحدث والتأثير فى آراء المستمعين سواء كانوا جمهوراً كبيراً أو جماعة صغيرة أو أفراد قلائل .

ويذكر على الباز أنه ينبغى أن يتوفر فى القائمين بالعلاقات العامة عدة خصائص منها :

١- الإقتناع أساساً برسالة العلاقات العامة وأهميتها .
٢- الدراسة المتخصصة لعملية العلاقات العامة ومتطلبات ذلك من العلوم الاجتماعية المرتبطة مثل علوم النفس والاجتماع والإحصاء والإعلام .
٣- المواهب الشخصية التى تؤدى إلى حسن تطبيق أنشطة العلاقات العامة مثل الحماس والصبر والنشاط وسعة الصدر والمرح وقوة الإقناع والصراحة وعدم التردد .
٤- القدرة على القيادة .
٥- القدرة على التعامل مع الآخرين وتفهم ظروفهم وتحليل شخصياتهم .
٦- الشجاعة فى مواجهة المواقف المختلفة وتحمل المسئولية .

وتضيف كاريمان فريد وسلوى العوادلى أن العوامل الأساسية التى يتم على أساسها الاختيار بين المتقدمين للعمل فى مجال العلاقات العامة هى :

١-المظهر الشخصى .
٢- إجادة اللغات.
٣-السمات الشخصية .
٤- اللباقة فى الحديث.
٥-التخصص العلمى.
٦- الثقافة العامة.
٧-إجادة الحاسب الآلى .
٨- القدرات الابتكارية .

ويقسم عادل حسن سيد شروط ومواصفات العاملين بالعلاقات العامة إلى :

أولاً : شروط ومواصفات نظرية :

١- القدرة على الإقناع وكسب ثقة الآخرين .
٢- التمتع بشخصية جذابة .
٣- امتلاك ذهن صافية .
٤- الإحساس العاطفى .
٥- القدرة على التفكير المنطقى .
٦- القدرة على التصور والتخيل .
٧- سرعة البديهة .

ثانياً : شروط ومواصفات مكتسبة :

- من حيث الناحية المظهرية :

١- حسن المظهر.

٢- اللباقة وطلاقة اللسان .

- من حيث النواحى السلوكية

١- التمتع بروح المبادرة فى بناء وإقامة العلاقات مع الأفراد .

٢- الدقة فى ممارسة الأعمال والاهتمام بالتفاصيل .

٣- الاتزان فى مواجهة الأحداث والمواقف المختلفة .

- من حيث النواحى التعليمية :

١- أن يكون على دراية كبيرة بالمعلومات المتخصصة فى الاتصال من حيث الأدوات الفنية والأساليب المناسبة فى الاستخدام .

٢- الإحساس بالأخبار الهامة وانتقائها .

٣- الإلمام بلغة أجنبية واحدة على الأقل .

٤- القدرة على تنظيم العمل .

٥- القدرة على حل المشكلات .

٦- المهارات فى تحليل الرأى العام .

٧- القدرة على استخدام الحاسب الآلى .

- من حيث النواحى الأخلاقية :

١- الصدق فى نقل المعلومات .

٢- العدالة فى التعامل مع كل فئات الجمهور .

٣- النزاهة فى التصرفات .

وتذكر نهاد العربى نقلاً عن إبراهيم إمام ، وسيد محمد حسين أن الشروط الواجب توافرها فى ممارس العلاقات العامة تتمثل فيما يلى :

- الصفات الشخصية :

١- حسن المظهر.

٢-الاهتمام بالآخرين .

٣-الجاذبية والاتزان .

٤-الموضوعية والحماس.

- المهارات الاتصالية :

١-الإحساس العام .

٢- القدرة على التخاطب.

٣- الاستماع .

٤- الصدق وحب الإطلاع.

٥- الكتابة .

- الخلفية العلمية :

يجب أن يكون ممارس العلاقات العامة لديه خلفية علمية للعلوم التالية :

١-العلاقات العامة ٢- الإحصاء
٣-الاقتصاد ٤- التاريخ
٥-علم النفس ٦- مناهج البحث
٧-علم الاجتماع ٨- الإدارة
٩-السياسة
١٠- علم الدلالة . ١١- اللغة الأجنبية :

من خلال ما سبق نستخلص أن وظيفة أخصائى العلاقات العامة بالهيئات الرياضية وظيفة لها احتياجات ومتطلبات خاصة فى الشخص القائم بأنشطتها فلابد أن تتوفر فيه بعض الصفات والقدرات الخاصة التى تجعله قادراً على القيام بعمله على أكمل وجه ونقسم احتياجات وظيفة أخصائى العلاقات العامة بالهيئات الرياضية إلى :

- الصفات الشخصية والبدنية :

١- سماحة الوجه ٢- رقة الحديث ٣-حسن المظهر
٤- اعتدال القامة ٥-الحماس والنشاط
٦- اللياقة البدنية ٧-التمتع بصحة جيدة
٨- التمتع بالأخلاق الحميدة ٩-قوة التحمل

- ٠الصفات النفسية والاجتماعية :

١-القدرة على الإقناع ٢- القدرة على إقامة علاقات
٣-القدرة على فهم الآخرين ٤- القدرة على تقدير المواقف
٥-القدرة على تحمل المسئولية ٦- الإحساس بالآخرين
٧-التعاون مع الزملاء ٨- القدرة على استشارة الأفراد
٩-تقبل النقد بصدر رحب ١٠- التفاؤل
١١-الثقة بالنفس ١٢- عدم التردد
١٣- الاعتماد على النفس ١٤- القدرة على ضبط الانفعالات
١٥-القدرة على القيادة

- القدرات العقلية والمهارات الإبداعية :

١-قوة الملاحظة
٢- الذكاء وحسن التصرف
٣-القدرة على الحكم الصائب على الأمور
٤- القدرة على التفكير الواعى
٥-الاتزان العقلى
٦- القدرة على إدراك المواقف
٧-القدرة على اتخاذ القرار
٨- حب الإطلاع
٩-الخيال الخصب
١٠- اللباقة فى الحديث
١١-القدرة على الإلقاء
١٢- القدرة على الاستماع الجيد
١٣- التعرف على فنون الطباعة
١٤- التعرف على فنون الجرافيك

- صفات خاصة بالمستوى العلمى :

يجب على أخصائى العلاقات العامة بالهيئات الرياضية أن يكون ملماً لما يلى :

١-مهارات وأساليب الاتصال
٢- علم النفس العام
٣-علم النفس الرياضى
٤- علم الاجتماع العام
٥-علم الاجتماع الرياضى
٦- الإعلام الرياضى
٧-التسويق الرياضى
٨- أساليب البحث العلمى
٩-علم الإدارة الرياضية
١٠- علوم الحاسب الآلى
١١- اللغة الأجنبية (تحدث ، استماع ، قراءة ، كتابة)
١٢- اللغة العربية (قراءة جيدة - كتابة جيدة)
١٣-الثقافة الرياضية
١٤- الثقافة العامة

(٣) الهيئات الرياضية :

إن الفلسفة العامة التى حددتها الدولة للهيئات الرياضية جعلتها ترتبط بالأهداف الخدمية أكثر من الأهداف الربحية ، وعلى هذا فهناك قسمين أساسيين للهيئات الرياضية فى مصر :

أولاً : هيئات حكومية
ثانياً : هيئات أهلية

أولاً : الهيئات الحكومية :

وهى أجهزة تنشئها الدولة ضمن هيكل الجهاز الحكومى بمستوياته المختلفة داخل الوزارات أو المؤسسات المعنية بالنشاط الرياضى كجزء من

مسئولياتها المحددة فى قرارات إنشائها ويتولى العمل فى هذه الأجهزة الحكومية موظفون عموميون يخضعون لنظم وقوانين العمل فى الجهاز الحكومى للدولة سواء من حيث المؤهل أو الخبرة أو نظم المرتبات أو الترقى .

والهدف من اهتمام الدولة بإنشاء هذه الأجهزة والهيئات الحكومية الرياضية هو قيام هذه الأجهزة بتنفيذ سياسة الدولة ومسئولياتها تجاه الشباب فى مجال التربية الرياضية والنشاط الرياضى .

ويصنف فاروق مصطفى الهيئات الحكومية من خلال مستويين :

المستوى الأول :

وتهتم الهيئة الرياضية فى هذا المستوى برسم السياسة العامة واعتماد الميزانية اللازمة لتنفيذ ونشر برامج التربية الرياضية والنشاط الرياضى على مستوى الدولة بالإضافة إلى مستوى الإشراف والمتابعة والتقويم اللازم لهذه السياسات والبرامج التى يتم تنفيذها عن طريق الأجهزة الحكومية التنفيذية أو الهيئات الأهلية المختلفة ومن أمثلة هذا المستوى هو المجلس الأعلى للشباب والرياضة (سابقاً) وزارة الشباب حالياً .

المستوى الثانى :

ويتمثل فى العديد من الأجهزة الرياضية والمؤسسات المتخصصة التى تتولى مسئولية نشر البرامج الرياضية المختلفة فى قطاعات محددة من قطاعات الشباب فى إطار السياسة العامة للدولة والميزانيات لكل منها ومن أمثلة هذه الهيئات والمؤسسات :(إدارات التربية الرياضية فى وزارات التربية والتعليم وفروعها ومدارسها المختلفة وإدارات الشباب والرياضة بالجامعات والمعاهد العليا وإدارات الشباب والرياضة فى المؤسسات والشركات الصناعية والتجارية والحكومية .

ثانياً : الهيئات الأهلية :

هى هيئات تقوم بجهود أهلية غير حكومية وتتمثل فى كل جماعة ذات تنظيم مستمر تتألف من عدة أشخاص طبيعيين أو اعتباريين . ولا تستهدف الكسب المادى ويكون الغرض منها تحقيق الرعاية للشباب وإتاحة الظروف المناسبة لتنمية ملكاتهم ، ويدير هذه الهيئات مجالس إدارات يتم انتخاب أعضائها بالانتخاب الحر المباشر من بين مجموع الأعضاء العاملين والمسددين لاشتراكها والذين يمثلون الجمعية العمومية لها ومن أمثلة هذه الهيئات :

(النادى الرياضى ـ الاتحاد الرياضى ـ اللجنة الأولمبية المصرية ـ مراكز الشباب ـ اتحادات وجمعيات الأنشطة الشبابية).

ولقد اختارنا وزارة الشباب (المجلس الأعلى للشباب والرياضة سابقاً) من بين الهيئات الحكومية والاتحادات الرياضية واللجنة الأولمبية المصرية من بين الهيئات الأهلية كهيئات رياضية لتطبيق وإجراء هدف الدراسة عليهم .

أ- وزارة الشباب :

لقد كانت وزارة الشباب " المجلس الأعلى للشباب والرياضة سابقاً " عبارة عن لجنة رياضية عليا وذلك فى عام ١٩٥٤ وأجتمعت هذه اللجنة فى سبتمبر من نفس العام لدراسة مشروع إنشاء المجلس الأعلى للشباب ثم قرار مجلس الوزراء المصرى عام ١٩٥٥ بإنشاء مجلس أعلى لرعاية الشباب والتربية الرياضية يهدف إلى :

- رسم السياسة العامة لرعاية الشباب والتربية الرياضية .
- القيام بكافة البحوث والتقويم والإحصاء فيما يختص بتنسيق وتنفيذ هذه السياسات .
- تمثيل الهيئات الحكومية والأهلية الكبرى التى تعمل فى ميدان خدمة الشباب من خلال ممثلين لهذه الهيئة .

وفى عام ١٩٥٧ صدر القانون رقم ١٩٧ بإنشاء المجلس الأعلى لرعاية الشباب كهيئة مستقلة لها الشخصية الاعتبارية وتتبع لرئيس مجلس الوزراء .

وقد أصبح المجلس الأعلى هيئة حكومية مستقلة وليست لجنة من لجان المجلس الدائم للخدمات مما أدى إلى إعطاء هذا المجلس سيادة قراراته ونفوذه لتحقيق الأهداف الكبرى التى وضع من أجلها ومنذ ذلك الحين حدثت تغيرات وتطورات عديدة فى تشكيل المجلس الأعلى لرعاية الشباب وعلاقته بالأجهزة والهيئات الخاصة للشباب وكانت أهم هذه التطورات فى الفترة من مارس ١٩٦٥ إلى سبتمبر ١٩٦٧ ثم فى الفترة من مارس ١٩٦٩ حتى آخر ١٩٧٢ حيث تحول المجلس إلى وزارة للشباب مسئولة مسئولية مباشرة عن جميع العاملين فى هذه الأجهزة ، هذا بالإضافة إلى مسئوليتها الإشرافية المباشرة إزاء الهيئات الأهلية للشباب والرياضة ثم صدور قرار السيد رئيس الجمهورية رقم ٧٥٠ لسنة ١٩٨٠ بإنشاء المجلس الأعلى للشباب والرياضة ثم القرار الجمهورى رقم ٨٥٩ لسنة ١٩٨١ بتعديل بعض أحكام القرار رقم ٤١٧ لسنة ١٩٧٧.

وأخيراً وبعد التغيير الوزارى قامت حكومة الأستاذ الدكتور / عاطف عبيد رئيس مجلس الوزراء بإعادة المجلس الأعلى للشباب والرياضة إلى سابقه بمسمى وزارة الشباب مما أتاح الفرصة لهذه الهيئة الكبرى أن تكون عضواً فى مجلس الوزراء ممثلة فى مقعد وزيراً مما يزيد من قوة هذه الهيئة فى تحقيق أكبر قدر من الأهداف التى تخدم شباب مصر فى المجالات المختلفة .

وتتكون وزارة الشباب من تنظيم بنائى هرمى يحتل قمته مكتب الوزير والمكتب الفنى وقطاعات الأجهزة التابعة للوزير ، وكما يوضحها قانون الهيئات الرياضية هي :

- جهاز الرياضة
- جهاز الشباب
- قطاع الطلائع
- قطاع إعداد القادة
- قطاع الرياضة للجميع
- قطاع الشئون المالية والإدارية.

وتقوم وزارة الشباب بمباشرة الاختصاصات الآتية :

- رسم السياسة العامة لرعاية النشء والشباب فى مراحل نموه المتتالية ومختلف قطاعاته لكلا الجنسين ووضع الخطوات اللازمة لتنفيذ هذه السياسات .
- وضع الخطط والبرامج والمشروعات الداخلة فى نطاق السياسة العامة المشار إليها سابقاً ومباشرة تنفيذ المشروعات ذات المستوى القومى والمشروعات التجريبية الجديدة وعلى الأخص ما يتعلق بتوفير وإعداد وتنمية القادة والإشراف على تنظيم العروض والمهرجانات والاحتفالات وتنظيم المسابقات فى مختلف المناسبات الدينية والقومية .
- تقدير التمويل اللازم لتنفيذ وتنمية خطط ومشروعات وبرامج رعاية النشء والشباب والرياضة بالمستويات القومية والمركزية والمحلية ، ووضع المعايير اللازمة لترشيد الأنفاق وتقييم العائد منه فى ضوء الأولويات المرتبطة بالأهداف .
- وضع سياسة تمثيل مصر فى الخارج فى مجالات أنشطة النشئ والشباب والرياضة وتنظيم سفر النشئ والشباب والرياضيين والعاملين للخارج

تنفيذاً لهذه السياسة وتنظيم وتنمية علاقة النشئ والشباب الخارجية ورعاية المبعوثين فى هذه المجالات .

- متابعة وتقييم ما يتقرر تنفيذه من خطط ومشروعات وبرامج وخدمات رياضية وشبابية على جميع المستويات بالتعاون مع الأجهزة والهيئات المعنية والقومية والمركزية والمحلية والحكومية والأهلية .
- تنظيم الجوائز والحوافز وغيرها من وسائل التشجيع المادية والأدبية للنشئ والشباب فى مجال اختصاص الوزارة .
- الموافقة على قبول الإعانات والهبات والتبرعات والمساعدات المالية التى تقدم للوزارة من الأشخاص أو الجهات والهيئات المصرية أو الأجنبية الدولية .
- اقتراح التشريعات للنشئ والشباب والرياضة .

من خلال ما سبق نرى أن وزارة الشباب هى وزارة مستقلة لها صلاحيتها كوزارة وسياستها الخاصة وهى المسئولة عن كافة الأنشطة والممارسات الشبابية وكذلك كافة النواحى الرياضية داخل جمهورية مصر العربية .

ب- اللجنة الأولمبية :

تم تأسيس اللجنة الأولمبية المصرية والاعتراف بها وقبولها عضواً فى اللجنة الأوليمبية الدولية عام ١٩١٠ محتلة رقم (١٤) فى ترتيب الدول من حيث التأسيس والاعتراف .

وهى هيئة رياضية تتكون من اتحادات اللعبات الرياضية القائمة على أن تكون اللعبات التى تديرها هذه الاتحادات مدرجة فى البرنامج الأولمبى وذلك بغية تنظيم النشاط الرياضى الأولمبى فى جمهورية مصر العربية وتنسيق هذا النشاط بين مختلف الاتحادات فى حدود السياسة العامة التى تضعها الجهة الإدارية المركزية وهى وحدها التى تمثل مصر فى الدورات الأوليمبية والعالمية والقارية سواء أقيمت داخل مصر أو خارجها ، ويحدد النظام الأساسى للجنة الأولمبية الذى يعتمده الوزير المختص شروط العضوية وحقوق وواجبات الهيئات الأعضاء وكيفية تشكيل مجلس الإدارة بالانتخاب وعدد أعضائه وطريقة انتخابهم وإنهاء عضويتهم وغيرها من الإجراءات التنظيمية الأخرى مع مراعاة القواعد المقررة من اللجنة الأولمبية الدولية .

اختصاصات اللجنة الأوليمبية :

- رعاية الحركة الأوليمبية فى جمهورية مصر العربية والمحافظة على القواعد والمبادئ الأوليمبية وحماية الهواة .
- تنظيم الدورات واللقاءات الأولمبية والعالمية والقارية والإقليمية إذا ما تقرر إقامتها فى جمهورية مصر العربية وذلك طبقاً للقواعد والنظم الأوليمبية الدولية .
- الإشراف على إعداد الفرق التى تقرر اللجنة اشتراكها فى الدورات الأولمبية والعالمية والقارية واختيار ممثلى الجمهورية فى هذه الدورات طبقاً للقواعد والأنظمة المقررة فى اللجنة الأوليمبية الدولية ولجان الدورات العالمية والإقليمية واقتراح تمثيل الاتحادات فى الاشتراك فى المؤتمرات والاجتماعات الدولية أو العالمية أو القارية واعتمادها من الجهة الإدارية المركزية .

- الاشتراك مع الاتحادات الرياضية الأوليمبية فى وضع برامجها الخاصة بالمقابلات مع الفرق الأجنبية سواء داخل الجمهورية أو خارجها .
- الأذن باستعمال اسم اللجنة والشارة الأولمبية وفقاً للأوضاع والشروط التى تحددها .

ج- الاتحاد الرياضى :

هو هيئة رياضية لها شخصية اعتبارية مستقلة وتعتبر من الهيئات الخاصة ذات النفع العام ومقرها القاهرة ويهدف الاتحاد الرياضى إلى نشر اللعبة التى يديرها والارتقاء بمستواها وتنظيم وتنسيق النشاط بين أعضائه .

ويتكون الاتحاد الرياضى من الأندية الرياضية ومراكز الشباب التى توافق على انضمامها الجهة الإدارية المختصة وكذلك الهيئات الرياضية التى لها نشاط فى اللعبة التى يديرها الاتحاد .

ويتكون المكتب التنفيذى للاتحاد من :

- نائب الرئيس (رئيساً)
- سكرتير عام (سكرتيراً)
- أمين الصندوق (عضواً)
- عضوان ينتخبهم مجلس الإدارة من بين أعضائه .

ويحضر المدير التنفيذى الاجتماعات دون أن يكون له حق التصويت .

- اختصاصات الاتحاد الرياضى:

ويباشر الاتحاد نشاطه فى إطار السياسة العامة للدولة والتخطيط التى تضعه وزارة الشباب ويمارس الاختصاصات الآتية :

- وضع السياسة العامة التى تحقق نشر اللعبة فى جمهورية مصر العربية والارتقاء بمستواها .
- اتخاذ الإجراءات الكفيلة بتحريم تعاطى المنشطات وإصدار التعليمات المشددة بهذا الخصوص وتوقيع الجزاء المنصوص عليه فى القواعد الصادرة عن الاتحاد الدولى للعبة فى حالة المخالفة .
- إدارة شئون اللعبة من جميع النواحى الفنية والمالية والتنظيمية ووضع البرامج التى تشترك فيها الهيئات الرياضية الأعضاء والإشراف على تنفيذ هذه البرامج .
- وضع الأسس والمبادئ لتنظيم شئون التدريب وكذلك الشروط والمواصفات التى يجب توافرها فى المدربين اللذين يتولون تنفيذ برامج التدريب سواء للفرق الأهلية أو فرق الهيئات الرياضية الأعضاء بالاشتراك مع اللجنة الأولمبية المصرية ونقابة المهن الرياضية فى جمهورية مصر العربية .
- المحافظة على القواعد والمبادئ الدولية للعبة وحماية الهواية والنظم الخاصة بها وتنظيم الاحتراف فى حدود القواعد التى يضعها الاتحاد الدولى .
- تنظيم البطولات والمسابقات ووضع القواعد والمبادئ الخاصة لهذا التنظيم .
- إعداد الفرق الأهلية التى تمثل جمهورية مصر العربية فى الدورات والبطولات الأوليمبية والعالمية .
- تنظيم البحوث والدراسات المختلفة وعقد المؤتمرات لبحث أمور اللعبة ومشكلاتها .
- الأذن للهيئات الأعضاء بمقابلة فرقها مع الفرق الأجنبية فى المباريات التى تقام داخل أو خارج الجمهورية والإشراف على تنظيم هذه المباريات إذا أقيمت فى جمهورية مصر العربية وذلك بعد موافقة

اللجنة الأوليمبية بالنسبة للاتحادات الأولمبية واعتماد الجهة الإدارية المختصة .

- تنسيق الجهود بين مختلف الهيئات الأعضاء وبصفة خاصة البرامج الخاصة بمقابلة الفرق الأجنبية سواء داخل الجمهورية أو خارجها .
- تقديم النصح أو المشورة للهيئات الأعضاء والعمل على تسوية ما قد ينشأ بينهم من خلاف وذلك فى ضوء القوانين واللوائح المعمول بها من قبل الاتحاد وفى إطار السياسة العامة لوزارة الشباب .
- وضع اللوائح الخاصة بانتقالات اللاعبين بالأندية الرياضية داخل وخارج الجمهورية على أن تعتمد هذه اللائحة من الجهة الإدارية المختصة .
- دعم التمثيل المصرى فى الاتحادات الدولية والقارية والإقليمية بما يكفل التواجد المصرى .

٤- الدراسات المرجعية .

بعد استعراضنا للإطار النظرى ، سوف يتناول فى الصفحات القادمة عرضه لمجموعة من الدراسات المرجعية المرتبطة بالبحث وقد صنفنها إلى :

أ- دراسات تناولت العلاقات العامة .

ب- دراسات تناولت بناء الاختبارات والمقاييس المعرفية .

وقد راعينا فى استعراض هذه الدراسات أن تقدم مرتبة سواء العربى منها أو الأجنبى من الأقدم إلى الأحدث موضحة كل من :

- القائم بالدراسة وعام إجرائها .
- موضوع الدراسة .
- أهم الأهداف .
- المنهج المستخدم .
- العينة .
- أدوات جمع البيانات .
- أهم النتائج .

أ- دراسات تناولت العلاقات العامة :

١- دراسة كاريمان محمد فريد ١٩٨٤م (٥٢) بعنوان "العلاقات العامة مع الجمهور الداخلى" واستهدفت إلى تحديد دور العلاقات العامة وواجباتها مع الجمهور الداخلى فى المؤسسات المختلفة . واستخدمت الباحثة المنهج الوصفى وبلغت عينة الدراسة ١٣٠ مفردة فى قطاع الصناعة ، (٥٨) مفردة فى قطاع التأمين واستخدمت الاستبيان

والمقابلة لجمع البيانات وقد أسفرت الدراسة عن نتائج أهمها ارتفاع نسبة العاملين الذين لا يعرفون بوجود العلاقات العامة فى المؤسسة ويزداد ذلك فى قطاع الصناعة، معرفة العاملين بوجود جهاز علاقات عامة فى المؤسسة معرفة شخصية،انخفاض نسبة استخدام الرسائل الشخصية كوسيلة اتصال بالعاملين، انخفاض نسبة إقامة الحفلات لتكريم العاملين الممتازين ، انخفاض نسبة استخدام النشرات الداخلية التى تصدر للعاملين .

٢- دراسة ريان ومارتنسون *Ryan, Martinson* ١٩٩٠ (٩١) بعنوان "تخصص البحث الاجتماعى وممارسي العلاقات العامة" واستهدفت الدراسة قياس درجة إجادة ممارسي العلاقات العامة لمهارات متخصصة فى عملهم وخاصة ما يتعلق بالبحث العلمى واستخدمنا المنهج المسحى وبلغت عينة الدراسة (١١١) مفردة واستخدم الاستبيان لجمع البيانات وأسفرت الدراسة عن نتائج أهمها أن ممارسي العلاقات العامة الذين يدرسون أساليب البحث العلمى ويستخدمون أدواته يتفوقون على منافسيهم الذين يعتمدون على البديهة فى عملهم وأنه لابد من الاهتمام بتعليم وتدريب الطلاب على استخدام المهارات البحثية فى مرحلة الإعداد (الجامعية) .

٣- دراسة ممدوح بسيونى بيلى ١٩٩١م (٧٥) بعنوان "أهداف ووظائف العلاقات العامة فى المؤسسات الصحفية" واستهدفت الدراسة تحديد أهداف ووظائف العلاقات العامة فى المؤسسات الصحفية ولتحقيق ذلك استخدمنا المنهج الوصفى وبلغت العينة ٨ مؤسسات صحفية واستخدم الاستبيان لجمع البيانات وقد أسفرت الدراسة عن نتائج أهمها تعدد وتنوع الأهداف التى تسعى العلاقات العامة إلى تحقيقها والنقص فى الإعداد المهنى للعاملين بالعلاقات العامة .

٤- دراسة سوزان أحمد ١٩٩٣ (٢٧) بعنوان "دور العلاقات العامة فى نشر الوعى الرياضى للمرحلة الإعدادية بمحافظة الإسكندرية" واستهدفت الدراسة التعرف على الدور الذى يمكن أن تقوم به العلاقات العامة لنشر الوعى الرياضى لطلاب المرحلة الإعدادية واستخدمت الباحثة المنهج الوصفى وبلغت عينة الدراسة (٢٠٠) من التلاميذ ومسئولي الأنشطة الرياضية واستخدمت الاستبيان والمقابلة الشخصية لجمع البيانات وأسفرت الدراسة عن نتائج أهمها : هناك

قصور فى مفهوم العلاقات العامة وأهميتها ودورها والأعمال التى يمكن أن تقوم بها وعدم إلمام المسئولين بالأسس العلمية لتخطيط العلاقات العامة وعدم وجود جهاز إداري مستقل للعلاقات العامة فى التربية الرياضية بالإدارات التعليمية .

٥- دراسة أشرف صبحى محمد ١٩٩٤ (٥) بعنوان "نموذج مقترح لأهداف ووظائف العلاقات العامة ببعض المؤسسات الرياضية" واستهدفت الدراسة تحديد واقع العلاقات العامة فى المؤسسات الرياضية ، وقد استخدمنا المنهج الوصفي حيث بلغت العينة (١٣) نادى رياضى ، (١٠) اتحاد رياضى واستخدم الاستبيان لجمع البيانات وقد أسفرت الدراسة عن نتائج أهمها تحقيق السمعة الطيبة وتوثيق الروابط والعلاقات ما بين النادى والأندية الأخرى وكسب ثقة وتأييد أعضاء الجمعية العمومية ، هى من أهم أهداف العلاقات العامة فى الأندية والاتحادات الرياضية وأنه يتم تحقيق وظائف العلاقات العامة من خلال الأنشطة التنفيذية لها ويتم إنجاز الأهداف من خلال الأنشطة والوظائف .

٦- دراسة عادل حسن ١٩٩٧ (٣٢) بعنوان "تقويم العلاقات العامة فى بعض أندية جمهورية مصر العربية" واستهدفت الدراسة دراسة العلاقات العامة فى أندية جمهورية مصر العربية والتعرف على العلاقات العامة طبقاً لمحاورها الخاصة بمقياس تقويم العلاقات العامة لكل نادى واستخدمنا المنهج الوصفى "الدراسات المسحية" وبلغت عينة الدراسة (٤٢٠) من العاملين ومجالس الإدارات والإداريين واللاعبين واستخدم الاستبيان لجمع البيانات وأسفرت الدراسة عن نتائج أهمها : احتلت أهداف العلاقات العامة الترتيب الأول ومفهوم العلاقات العامة الترتيب الثانى ووظائف العلاقات العامة الترتيب الثالث والإدارة فى العلاقات العامة الترتيب الرابع ومسئولية أخصائى العلاقات العامة الترتيب الخامس وجاء الترتيب الأخير لأنشطة العلاقات العامة .

٧- دراسة كريمان فريد ، سلوى العوادلى ١٩٩٨ (٥٣) بعنوان "تقييم واقع التأهيل والتدريب فى مجال العلاقات العامة" واستهدفت الدراسة الوقوف على طبيعة الواقع الفعلى لبرامج الدراسة الأكاديمية فى مجال العلاقات العامة وتحديد الدور المطلوب من القائمين على العملية التعليمية على مستوى القسم والكلية عملياً وعلمياً وفقاً للاحتياجات

الفعلية لسوق العمل المصرى والكشف عن المعوقات والمشكلات فى مجال التأهيل الأكاديمى ولتحقيق ذلك استخدما الباحثتان المنهج الوصفى وبلغت العينة (١٢٢) مفردة من طلاب وخريجى كلية الإعلام قسم العلاقات العامة واستخدمت المقابلة الشخصية والاستبيان لجمع البيانات وأسفرت الدراسة عن نتائج أهمها أن هناك قصور فى استخدام أساليب التدريب الحديثة والتركيز على الجانب النظرى أكثر من العملى وأن بعض المواد الدراسية لا تتناسب واحتياجات سوق العمل .

٨- دراسة مايك جاكوسكى *Mike Jackowski* ١٩٩٨ (٨٨) بعنوان "نحو نموذج تقويم كيفى للعلاقات العامة فى المجال الرياضى" واستهدفت الدراسة تحديد المدى التطبيقى لنظرية الموقف ونموذج التكيف للعلاقات كنماذج عملية لقياس قوة العلاقة بين المؤسسة الرياضية وجماهيرها واستخدمنا المنهج الوصفى "الدراسات المسحية" وبلغت عينة الدراسة (٩٥) مفردة (٦٨) ذكور (٢٤) إناث واستخدمنا الاستبيان والمقابلة الشخصية لجمع البيانات وأسفرت الدراسة عن نتائج أهمها أن كلاً من النظرية الموقفية والنموذج التكيفى لهما قاعدة كبرى للعلاقات العامة فى المجال الرياضى .

٩- دراسة آلان فريتاج *Alan. R. Freitage* ١٩٩٩ (٨٠) بعنوان "الكفاية الثقافية المرتبطة بوظائف ونماذج العلاقات بالتطبيق على أخصائى ومعدى العلاقات الدولية" واستهدفت الدراسة تحديد قياسات الإعداد والتأهيل التى تزيد من احتمالية إدراك النجاح بين ممارسى العلاقات العامة واستخدمت الباحثة المنهج الوصفى "الدراسات المسحية" وبلغت العينة (٤٠٤) مفردة واستخدمت المقابلة الشخصية والاستبيان لجمع البيانات وقد أسفرت الدراسة عن نتائج أهمها أن خبرة العلاقات العامة الدولية بدون توافر قاعدة ثقافية متعددة تتيح إضافة محدودة لأنشطة وظائف العلاقات العامة .

١٠- دراسة أشرف صبحى محمد ٢٠٠٠م (٦) بعنوان "نموذج مقترح لإدارة العلاقات العامة فى المجال الرياضى" واستهدفت الدراسة وضع نظرية للعلاقات العامة فى الإدارة الرياضية بالمؤسسات الرياضية معتمدة على النظرية العلمية للعلاقات العامة المرتبطة بالنظم واتخاذ القرار ولتحقيق ذلك اتبعنا المنهج الوصفى "المسحى"

دراسة العلاقات المتبادلة وبلغت عينة الدراسة (٢٢) مفردة بوزارة الشباب (١٠) مفردات باللجنة الأولمبية المصرية واستخدم المقابلة الشخصية والاستبيان وشبكة المعلومات لجمع البيانات وقد أسفرت الدراسة عن نتائج أهمها أن هناك خمس اختصاصات تسهم فى بناء النموذج المقترح وهى التنظيم الإدارى للعلاقات العامة - أهداف العلاقات العامة - وظائف العلاقات العامة - الجوانب البحثية فى العلاقات العامة ـ الدور الاستشارى والتنفيذى للعلاقات العامة ومساهمتها للإدارة العليا فى اتخاذ القرار .

١١- دراسة نهاد محمد العربى سعيد ٢٠٠١م (٧٨) بعنوان "محتوى دراسى مقترح لمقرر العلاقات العامة بكليات التربية الرياضية" واستهدفت الدراسة وضع محتوى دراسى لمقرر العلاقات العامة بكليات التربية الرياضية والتعرف على الوظائف التى يقوم بها العاملون بالعلاقات العامة ولتحقيق ذلك استخدمت الباحثة المنهج الوصفى واختيرت عينة البحث بالطريقة العمدية من خمس مؤسسات حكومية وغير حكومية مؤسسات فندقية - إنتاجية - استثمارية - إعلامية - رياضية واستخدمت المقابلة والاستبيان لجمع البيانات وقد أسفرت الدراسة عن نتائج أهمها وضع محتوى دراسى مقترح لمقرر العلاقات العامة بكليات التربية الرياضية والتوصل إلى سبع وظائف رئيسية للعلاقات العامة : وظائف إدارية - وظائف مختصة بكسب ثقة العاملين - وظائف مختصة بتدعيم كيان المؤسسة - وظائف مختصة بإعداد كوادر علمية للعاملين بالمؤسسة - وظائف دفاعية - وظائف مختصة بعملية الاتصال .

١٢- دراسة سعيد محمد العربى ٢٠٠٣ (٢٣) بعنوان "دور باحث العلاقات العامة فى نشر الترويح الرياضى بالمؤسسات الإنتاجية" واستهدفت الدراسة التعرف على دور باحثى العلاقات العامة من خريجى الكليات المختلفة فى نشر الترويح الرياضى واستخدمنا المنهج الوصفى "الدراسات التحليلية" وبلغت عينة الدراسة (٤٩٩) باحثاً يمثلون (٦٠) مؤسسة إنتاجية واستخدمنا الاستبيان والمقابلة الشخصية لجمع البيانات وأسفرت الدراسة عن نتائج أهمها وجود قصور فى الأهداف الترويحية والرياضية للعلاقات العامة وعدم اهتمام باحثى العلاقات العامة بتوضيح دورها الرياضى للعاملين والمسئولين .

١٣- دراسة محمود السيد إسماعيل الأصبح ٢٠٠٤ (٧٠) بعنوان "وضع استراتيجية للعلاقات العامة من الأندية الرياضية بمدن القناة" .

واستهدفت الدراسة وضع نموذج مقترح لاستراتيجية العلاقات العامة فى الأندية الرياضية بمدن القناة ولتحقيق ذلك استخدمنا المنهج الوصفى (الدراسات المسيحية) وبلغت عينة الدراسة (٣٤) نادى رياضى ، (٦٠) مسئول علاقات عامة ، واستخدمنا الاستبيان والمقابلة الشخصية وتحليل الوثائق لجميع البيانات ، وأسفرت الدراسة عن نتائج أهمها : توصلنا إلى النموذج المقترح والذى يتضمن أهداف العلاقات العامة ، نشاط العلاقات العامة ، الجوانب التنظيمية للعلاقات العامة .

التعليق على دراسات العلاقات العامة :

- ✓ شملت مجموعة الدراسات المرجعية المرتبطة بالعلاقات العامة التى حصرها الباحث(١٠) دراسات عربية (٣) دراسات أجنبية أجريت فى الفترة من ١٩٨٤م : ٢٠٠٤م .
- ✓ تناولت الدراسات العربية التعرف على الأهداف والأدوار والوظائف المختلفة للعلاقات العامة فى المجالات الرياضية والمجالات الأخرى . كما تناولت بعض الدراسات ممارسى العلاقات العامة من حيث الإعداد والتأهيل ودوره فى ممارسة بعض أنشطة العلاقات العامة داخل الهيئات المختلفة .
- ✓ أما الدراسات الأجنبية فقد تناولت دراسات تقويمية للعلاقات العامة . كما تبنت إحدى هذه الدراسات إعداد ممارسى العلاقات العامة داخل الجامعات .
- ✓ ولقد استخدمت هذه الدراسات المنهج الوصفى وهو ما يتفق وطبيعة الدراسة الحالية .
- ✓ واستخدمت الاستبيان والمقابلة الشخصية وتحليل الوثائق وشبكة المعلومات لجمع البيانات .
- ✓ ولقد استفدنا من هذه الدراسات فى التعرف على أدوار وأهداف ووظائف العلاقات العامة مما ساعد فى تحديد متطلبات وظيفة أخصائى العلاقات العامة وبالتالى ساعدت فى بناء المقياس المعرفى لأخصائى العلاقات العامة بالهيئات الرياضية وتحديد احتياجات وظيفة أخصائى العلاقات العامة بالهيئات الرياضية .

وتختلف هذه الدراسة عن الدراسة الحالية فى أنها لم تتناول الجوانب المعرفية الخاصة بممارسى العلاقات العامة وكذلك تقديم وسيلة مقننة يمكن من خلالها تقييم ممارسى العلاقات العامة بالهيئات الرياضية .

ب- دراسات تناولت الاختبارات والمقاييس المعرفية :

١- دراسة ويلسون رولاين *Wilson rolayne* ١٩٨٤ (٩٤) بعنوان "بناء اختبار معرفى فى اللياقة البدنية" واستهدفت الدراسة إلى بناء اختبار معرفى للياقة البدنية لطلبة الصف الأول الابتدائى واستخدمنا المنهج الوصفى وبلغت العينة ٢١٥ طالباً من طلاب الصف الأول الابتدائى وقد أسفرت أهم النتائج عن بناء اختبار معرفى فى اللياقة البدنية وأشارت النتائج إلى وجود ثلاث مستويات للمعرفة (عال ومتوسط ومنخفض) .

٢- دراسة عادل إبراهيم أحمد ١٩٨٩ (٣٠) بعنوان "تصميم مقياس معرفى لحكام كرة اليد" واستهدفت الدراسة إلى تصميم مقياس معرفى لحكام كرة اليد بمختلف درجاتهم وفق معدل الترقى للاتحاد المصرى لكرة اليد واستخدمنا المنهج الوصفى حيث بلغت العينة ٨٠ حكماً وقد أسفرت الدراسة عن نتائج أهمها تصميم مقياس معرفى ذى صدقٍ عالٍ بلغ (٠,٩٤) وثباتٍ عالٍ حيث بلغ (٠,٨٦) للجوانب المعرفية المختلفة لحكام كرة اليد بجمهورية مصر العربية أمكن من خلاله الوقوف على نقاط الضعف فى حصائل المعرفة لدى حكام كرة اليد .

٣- دراسة عادل حسنى السيد ١٩٩١ (٣٤) بعنوان "بناء مقياس معرفى لمدربي كرة السلة بالوجه القبلى" واستهدفت الدراسة إلى التعرف على نقاط الضعف لدى مدربى كرة السلة بالوجه القبلى من خلال بناء مقياس معرفى ولتحقيق ذلك استخدمنا المنهج الوصفى ، وتم تطبيق الدراسة على عينة بلغ قوامها (٣٨) مدرب وقد أسفرت الدراسة عن نتائج أهمها بناء مقياس معرفى لمدربى كرة السلة بالوجه القبلى وأظهر المقياس نقاط ضعف فى النواحى المعرفية لدى المدربين اختلفت هذه النواحى باختلاف مؤهلات المدربين العلمية .

٤- دراسة عبد العزيز أحمد ، ناريمان محمد ١٩٩٢ (٤٠) بعنوان "بناء اختيار للمعارف والمعلومات بتدريبات المقاومة" واستهدفت الدراسة بناء اختبار للمعارف والمعلومات وتمرينات المقاومة وتقويم المعارف والمعلومات الخاصة بالاختبار واستخدمنا المنهج الوصفى وبلغت

عينة الدراسة (٣٤) مدرب فى مجالات (كرة السلة ، اليد ، الطائرة ، الجمباز ، ألعاب القوى) من المدربين الحاصلين على بكالوريوس التربية الرياضية فقط واستخدمنا اختبار معرفى من إعدادهما لجمع البيانات وأسفرت الدراسة عن نتائج أهمها توفير وسيلة جديدة موضوعية يعتمد عليها لاختبارات تدريبات المقاومة فى الجانب المعرفى وذات صدق وثبات عاليين .

٥- دراسة على حسين حسب الله ، محمد أحمد الحفناوى ١٩٩٣ (٤٤) بعنوان "تصميم اختبار معرفى لحكام الكرة الطائرة بجمهورية مصر العربية" واستهدفت الدراسة تصميم اختبار معرفى لحكام الكرة الطائرة بجمهورية مصر العربية ولتحقيق ذلك استخدمنا المنهج الوصفى ، وقد أسفرت الدراسة عن نتائج أهمها تصميم اختبار معرفى لحكام الكرة الطائرة ذي صدق وثبات عاليين .

٦- دراسة زانج ليرو *Zang Liru* ١٩٩٣ (٩٥) بعنوان "اختبار معرفي فى كرة الطائرة لمدربى المستوى الثانى بالاتحاد الأمريكى للكرة الطائرة " واستهدفت الدراسة قياس مستوى التحصيل المعرفى لمدربى الكرة الطائرة للمستوى الثانى بالاتحاد الأمريكى للكرة الطائرة واستخدمنا المنهج الوصفى وبلغت عينة الدراسة (٤٠) مدرباً للكرة الطائرة واستخدمنا اختبار معرفى الكرة الطائرة من إعدادنا لجمع البيانات وأسفرت الدراسة عن نتائج أهمها بناء اختبار معرفى ذى صدق وثبات عاليين لقياس معلومات عن المهارات والخطط لمدربى المستوى الثانى فى الكرة الطائرة وأن هناك ضعف فى الجانب الخططى لدى المدربين .

٧- دراسة عماد سمير محمود ١٩٩٦م (٤٧) بعنوان "بناء مقياس معرفى لمدربى رياضة المصارعة بجمهورية مصر العربية" واستهدفت الدراسة بناء مقياس معرفى لمدربى المصارعة بجمهورية مصر العربية وتحديد نقاط القوة والضعف لدى مدربى رياضة المصارعة الرومانية بجمهورية مصر العربية ولتحقيق ذلك استخدمنا المنهج الوصفى وبلغت عينة البحث (٦٩) مدرباً يمثلون (٢٠) منطقة وتم اختيارهم بالطريقة العمدية من مختلف مناطق الجمهورية وقد أسفرت الدراسة عن نتائج أهمها بناء مقياس معرفى لمدربى رياضة المصارعة بجمهورية مصر العربية ذي صدق وثبات عالية والتعرف

على نقاط الضعف والقوة فى الجوانب المعرفية لدى مدربى رياضة المصارعة فى جمهورية مصر العربية .

٨- دراسة كمال عبد الجابر عبد الحافظ ١٩٩٦ (٥٧) بعنوان "قياس الحصائل المعرفية لحكام رياضة الملاكمة" واستهدفت الدراسة قياس الحصائل المعرفية لحكام رياضة الملاكمة بجمهورية مصر العربية وذلك من خلال بناء مقياس معرفى لحكام رياضة الملاكمة ولتحقيق ذلك استخدمنا المنهج الوصفى وتم اختيار عينة البحث بالطريقة العمدية الطبقية وكان قوامها (٨٧) حكماً وقد أسفرت الدراسة عن نتائج أهمها بناء مقياس معرفى لحكام رياضة الملاكمة ذي صدق (٠,٩٣) وثبات (٠,٨٧) والتعرف على نقاط الضعف ونقاط القوة فى الجوانب المعرفية لدى حكام الملاكمة .

٩- دراسة عمر على سالم العياط ١٩٩٨ (٤٨) بعنوان "بناء اختبار للمعرفة الرياضية لمعلمى التربية البدنية فى المدارس الإعدادية بالجماهيرية العربية الليبية" واستهدفت الدراسة التعرف على مستوى المعرفة الرياضية لدى معلمى التربية البدنية واستخدمنا المنهج الوصفى وبلغت عينة الدراسة ١٤٨٢ معلم واستخدمنا تحليل الوثائق والمقابلة الشخصية لجمع البيانات وأسفرت الدراسة عن نتائج أهمها حصول معلمى التربية البدنية بالجماهيرية الليبية على مستوى جيد فى محاور الاختبار المعرفى .

١٠-دراسة محمود قناوى عثمان ١٩٩٩م (٧٢) بعنوان "بناء مقياس معرفى لحكام رياضة المبارزة بجمهورية مصر العربية" واستهدفت الدراسة بناء مقياس معرفى لحكام رياضة المبارزة بجمهورية مصر العربية ولتحقيق ذلك استخدمنا المنهج الوصفى وتم اختيار العينة بالطريقة العمدية وبلغت (٣٥) حكماً وقد أسفرت الدراسة عن نتائج أهمها بناء مقياس معرفى لحكام رياضة المبارزة بجمهورية مصر العربية ذى صدق وثبات عاليين .

١١-دراسة خالد زغلول غازى الشيمى ٢٠٠٠ (١٩) بعنوان "بناء اختبار معرفى لمدربى سباحة المنافسات" واستهدفت الدراسة قياس المستوى المعرفى لمدربى سباحة المنافسات واستخدمنا المنهج الوصفى وبلغت عينة الدراسة (٦٥) مدرب واستخدمنا اختبار معرفى من تصميمنا لجمع البيانات وأسفرت الدراسة عن نتائج أهمها بناء اختبار معرفى

لمدربى سباحة المنافسات والتعرف على نقاط الضعف وهى فى محاور (التاريخ والإعداد النفسى ، الأمن والسلامة ، الصحة العامة) ونقاط القوة فى محاور (التدريب ، خطط اللعب ، القانون) .

١٢-دراسة محمد حسن محمد على ٢٠٠٠م (٦٢) بعنوان "بناء مقياس معرفى لحكام مسابقات الميدان والمضمار بجمهورية مصر العربية" واستهدفت الدراسة بناء مقياس معرفى لحكام مسابقات الميدان والمضمار بجمهورية مصر العربية ومن خلاله يمكن التعرف على نقاط القوة والضعف لدى حكام مسابقات الميدان والمضمار ولتحقيق ذلك استخدمنا المنهج الوصفى وقد بلغت عينة البحث (٣٣٢) حكم بنسبة (٣٣,١%) من المجتمع الكلى للبحث وقد أسفرت الدراسة عن نتائج أهمها بناء مقياس معرفى لحكام مسابقات الميدان والمضمار بجمهورية مصر العربية وتحديد مستويات للمعرفة فى مسابقات الميدان والمضمار لدى الحكام .

١٣-دراسة عادل كمال عبد الوهاب ٢٠٠٢ (٣٥) بعنوان "قياس مستوى التحصيل المعرفى لمدربى كرة اليد" واستهدفت الدراسة التعرف على مستوى التحصيل المعرفى لمدربى كرة اليد للفئة الثانية والثالثة واستخدمنا المنهج الوصفى "دراسات مسحية" وبلغت عينة الدراسة (٦٤) مدرب من الفئة الثانية والثالثة واستخدمنا تحليل المحتوى ومقياس معرفى من إعدادنا لجمع البيانات وأسفرت الدراسة عن نتائج أهمها تصميم مقياس معرفى للفئة الثانية والثالثة بالاتحاد المصرى لكرة اليد ذي معاملات علمية (صدق ـ ثبات) عالية .

التعليق على دراسات الاختبارات والمقاييس المعرفية :

- ✓ شملت مجموعة الدراسات المرجعية المرتبطة بالاختبارات والمقاييس المعرفية (١١) دراسة عربية (٢) دراستان أجنبيتان أجريتا فى الفترة من ١٩٨٤م : ٢٠٠٢م .
- ✓ استهدفت جميع الدراسات بناء وتصميم مقياس (اختبار) كأداة للقياس المعرفى للتعرف على الحصائل المعرفية لدى المدربين أو الحكام أو المعلمين أو الطلاب .
- ✓ واستخدمت الدراسات المنهج الوصفى "دراسات مسحية " وسوف نستخدمه فى الدراسة الحالية نظراً لمناسبته وطبيعة الدراسة .
- ✓ كما استخدمنا المقياس وتحليل المحتوى والوثائق كأداة لجمع البيانات .

- وتراوحت عدد المحاور فى الدراسات السابقة ما بين (١ : ١٠) محاور كما تراوحت عدد المفردات ما بين (٦٠ : ١٢٠) مفردة .
- كما تناولت بعض الدراسات السابقة مستويان من مستويات المعرفة هما (المعرفة ، الفهم) والبعض الآخر تناول ثلاث مستويات (المعرفة ـ الفهم ـ التطبيق) فيما عدا دراسة واحدة تناولت ستة مستويات هما(المعرفة ـ الفهم ـ التطبيق ـ التحليل ـ التركيب ـ التقويم) .
- وسوف نتناول الثلاث مستويات الأولى من مدرج بلوم (المعرفة ، الفهم ، التطبيق) نظراً لاتفاق أغلب الدراسات عليهم ونظراً لملائمتهم وطبيعة الدراسة .
- ولقد استفادنا من الدراسات السابقة فى التعرف على خطوات بناء المقاييس المعرفية من حيث المحاور وصياغة العبارات والمعاملات الإحصائية المستخدمة فى تقنين المقياس .
- وتختلف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة فى أنها سوف تتناول أخصائى العلاقات العامة فى الهيئات الرياضية خاصة وأنه على حد علمنا لا توجد دراسة تناولت أخصائى العلاقات العامة فى الهيئات الرياضية .

الفصل الثاني
إجراءات بناء المقياس

المنهج المستخدم

استخدمنا المنهج الوصفى بإتباع الدراسات المسحية وذلك لمناسبته وطبيعة البحث .

المجتمع : يمثل مجتمع البحث أخصائى العلاقات العامة بجمهورية مصر العربية العاملين بالهيئات الرياضية الآتية :

- وزارة الشباب . اللجنة الأوليمبية المصرية .
- الاتحادات المصرية للألعاب الرياضية .

والبالغ عددهم الأصلى (١١١) أخصائى وقد قمنا بتقسيم أفراد العينة إلى ثلاث فئات طبقاً لسنوات الخبرة فى مجال العلاقات العامة على النحو التالى :

- الفئة الأولى : من ١٤ : ٢٠ سنة ذوى الخبرة العالية.
- الفئة الثانية : من ٩ : ١٤ سنوات ذوى الخبرة المتوسطة.
- الفئة الثالثة : من ١ : ٨ سنوات ذوى الخبرة القليلة.
- وذلك كما يوضحه جدول (٢)

جدول (٢)
بيان بأعداد أخصائى العلاقات العامة بالهيئات الرياضية
طبقاً لمؤهلاتهم وسنوات الخبرة .

المؤهل / الفئة	تجارة	آداب	تربية رياضية	خدمة اجتماعية	حقوق	إعلام	علوم عسكرية	تربية نوعية	تعاون وإرشاد زراعى	متوسط وفوق متوسط	مجموع
الأولى	٥	٤	٤	٥	٦	٢	٢	٥	٣	٥	٤١
الثانية	٧	٤	٦	٥	٦	٢	-	٧	٣	٨	٤٨
الثالثة	٥	٣	١	٣	٥	١	-	٢	-	٢	٢٢
مجموع	١٧	١١	١١	١٣	١٧	٥	٢	١٤	٦	١٥	١١١

وقد تم استبعاد عدد ١٥ فرد من أفراد العينة نظراً لأن مؤهلاتهم متوسطة أو فوق متوسطة وبالتالى لا يطلق عليهم مصطلح أخصائى علاقات عامة كما أننا توقع أن لديهم قصور واضح وشديد فى الجوانب المعرفية للمقياس . كما تم استبعاد عدد (٤) أخصائيين نظراً لاعتبارهم خبراء فى مجال العلاقات العامة تم تطبيق بعض المعاملات الإحصائية لاستمارات البحث عليهم وبالتالى اصبح مجتمع البحث قوامه (٩٢) أخصائى علاقات عامة.

وتم إختيار مجموعتين من مجتمع البحث ومن خارج العينة الاساسية لإجراء الدراسات الاستطلاعية المستخدمة فى تقنين المقياس:

ولقد تم توزيعهم على النحو التالى :

١- مجموعة التطبيق الأول(لاستخراج معاملى الصعوبة والسهولة ومعامل التمييز) وقد بلغ قوامها (٢١) أخصائى بنسبة٢٢,٨٣%من إجمالى المجتمع الأصلى .

٢- مجموعة التطبيق الثانى (لاستخراج الصدق والثبات) وقد بلغ قوامها (٢١) أخصائى بنسبة ٢٢,٨٣% من إجمالى المجتمع الأصلى .

العينة :

تم اختيار العينة بالطريقة العشوائية (لقياس مستوى التحصيل المعرفى لأفراد العينة واستخراج نتائج البحث) وقد بلغ قوامها (٥٠) أخصائى بنسبة ٥٤,٤% من إجمالى المجتمع الأصلى . وجدول (٣) يوضح ذلك .

جدول (٣)

بيان بأعداد أخصائى العلاقات العامة للبحث ونسبهم المئوية للتطبيق

عينة البحث / الفئة	التطبيق الأول بنسبة ٢٢,٨%	التطبيق الثانى بنسبة ٢٢,٨%	التطبيق الثالث بنسبة ٥٤,٤%	الإجمالى
لفئة الأولى	٧	٨	١٧	٣٢
لفئة الثانية	٩	٨	٢٣	٤٠
لفئة الثالثة	٥	٥	١٠	٢٠
لمجموع	٢١	٢١	٥٠	٩٢

وسائل جمع البيانات :
اعتمدنا فى الحصول على البيانات لهذا البحث على مجموعة من الوسائل وهي:

- تحليل بعض المقررات الدراسية التى تقدمها الكليات التى تدرس مادة العلاقات العامة .
- الإطلاع على المراجع العلمية المتخصصة والمرتبطة بمجال الدراسة .
- الإطلاع على الدراسات والبحوث السابقة التى تناولت المقاييس المعرفية والعلاقات العامة .
- المقابلة الشخصية مع ذوي الخبرة والرأى من الأساتذة المتخصصين بكلية التربية الرياضية وكلية التجارة بجامعة أسيوط وكلية التربية الرياضية جامعة حلوان وكلية الإعلام جامعة القاهرة وكذا مديري العلاقات العامة بالهيئات الرياضية .
- استمارة استبيان للتعرف على احتياجات وظيفة أخصائى العلاقات العامة بالهيئات الرياضية .
- مقياس معرفى لأخصائى العلاقات العامة بالهيئات الرياضية .

أ- المقياس المعرفى لأخصائى العلاقات العامة .
- خطوات بناء المقياس المعرفى :
تضمنت إجراءات بناء المقياس المعرفى فى صورته الأولى مجموعة من الخطوات هى :
١- تحديد الهدف من المقياس :
وهو الوصول إلى أداة علمية مقننة تستخدم فى قياس الحصائل المعرفية لأخصائى العلاقات العامة بالهيئات الرياضية ووضع مستويات معيارية لدرجات الأخصائيين .
٢- تحديد محتوى المقياس :
تقرر أن يشمل محتوى المقياس على المتطلبات الأساسية اللازمة لعمل أخصائى العلاقات العامة بالهيئات الرياضية وما يرتبط بها من جوانب معرفية وقد اعتمدنا فى تحديد هذا المحتوى على دراسة وتحليل المعلومات فى ثلاث مصادر أساسية وهى :

- الحقائق العلمية التى تضمنتها المقررات الدراسية لطلاب كلية التربية الرياضية والكليات التى تدرس مادة العلاقات العامة وكذلك المراجع

العلميـة المرتبطـة بمجـال المقـاييس المعرفيـة والعلاقـات العامـة فـى المجال الرياضى .

- الدراسات والبحوث السابقة المرتبطة بالبحث وبخاصـة فيمـا توصـلت إليـه مـن نتـائج وكذا مـا اتبعتـه مـن خطـوات إجرائيـة فـى عمليـة بنـاء المقاييس المعرفية .
- المقابلات الشخصية مع الخبراء والمتخصصين فـى مجـال العلاقـات العامـة والإدارة فـى المجـال الرياضـى حـول الجوانـب المعرفيـة التـى يجـب أن تحظـى باهتمامـات أخصـائى العلاقـات العامـة بالهيئـات الرياضية والتى يمكن أن يتضمنها محتوى المقياس .

٣- تحديد أبعاد (محاور) المقياس وعناصره الأساسية :

مـن خـلال مـا سـبق توصـلنا إلـى سـبعة محـاور رئيسـية واثنـا عشـر عنصراً فرعياً تناولت فى مجملها المتطلبات الأساسية اللازمة لعمل أخصـائى العلاقات العامة بالهيئات الرياضية وما يـرتبط بهـا مـن جوانـب معرفيـة تمكنـه من أداء عمله بنجاح . وجدول (٤) يوضح الأبعاد السبعة المقترحـة وعناصـر كل بُعْد .

جدول (٤)
الأبعاد السبعة المقترحة وعناصرها فى صورتها الأولى

م	الأبعـــاد الأســـاسية	العنـــــاصر
١	الثقافة الرياضية	أ- تاريخ وأحداث رياضية (محلية ـ عمالية) . ب-مصطلحات ورموز ومعارف رياضية .
٢	الإدارة الرياضية	أ- القـــوانين واللـــوائح المنظمـــة للهيئـــات الرياضية . ب-طرق تنظيم وإدارة المسابقات الرياضية .
٣	فلسفة العلاقات العامة	أ- تاريخ وتطور العلاقات العامة . ب-مفهوم وأهداف العلاقات العامة .
٤	إدارة أنشـطة العلاقــات العامة	أ- الاتصال . ب-بحوث العلاقات العامة . ج- إدارة الأزمات .
٥	الحاسب الآلى	أ- شبكة المعلومات الدولية . ب-برنامج الـ *Windows* (النوافذ) . ج-برامج الـ *Office* .
٦	الرأى العام والجمهور	
٧	المعلومات العامة	

ولقد قمنـا بإعداد استمارة استطلاع رأى خاصـة بـالخبراء تتضـمن الأبعاد الرئيسية السبعة وعناصرها المقترحـة مرفق (٣) وتم عرضـها علـى عدد (١١) خبيراً مـن المتخصصـين فـى مجـال العلاقـات العامـة مرفـق (١) وكان ذلك بغرض الآتى :

- التحقق من مدى مناسبة الأبعاد الرئيسية والعناصر المقترحـة لقيـاس الحصائل المعرفية وتقويمها من حيث الصياغة والوضوح .
- التحقق من مدى ارتباط العناصر بالأبعاد الرئيسية المقترحة .
- إجراء أية تعديلات مقترحة بالنسبة للأبعاد الرئيسية وللعناصـر التـى تندرج تحت كل بعد بالدمج أو الحذف أو الإضافة .

جدول (٥)
النسبة المئوية لموافقة الخبراء على المحاور المقترحة

م	المحور المقتـــرح	نســـبة الموافقة	العناصر المقتـــرحة	درجة الانتماء
١	الثقافة الرياضية	١٠٠ %	تاريخ وأحداث رياضية	%٨١,٨
			مصـــطلحات ورمـــوز ومعـــارف رياضية	%٨٧,٨
٢	الإدارة الرياضية	١٠٠ %	القـوانين واللـوائح المنظمـة للهيئـات الرياضية	%١٠٠
			طـــرق تنظـــيم وإدارة المســـابقات الرياضية	%٩٣,٩
٣	فلسـفة العلاقـات العامة	١٠٠ %	تاريخ وتطور العلاقات العامة	%٧٨,٧
			مفهوم وأهداف العلاقات العامة	%١٠٠
٤	إدارة أنشـــــطة العلاقات العامة	١٠٠ %	الاتصال	%١٠٠
			البحوث	%٩٣,٩
			إدارة الأزمات	%٩٦,٩
٥	الحاسب الآلى	١٠٠ %	شبكة المعلومات الدولية	%٩٦,٩
			برنامج الـ Windos	%٩٣,٩
			برامج Office	%٩٣,٩
٦	الـــرأى العـــام والجمهور	١٠٠ %		
٧	المعلومـــــــات العامة	١٠٠ %		

يتضح من جدول (٥) موافقة جميع الخبراء على المحاور المقترحة وحصول جميع المحاور (الأبعاد) على نسبة ١٠٠% كما تراوحت درجة انتماء العناصر للمحاور ما بين ٧٨,٨% : ١٠٠% وقد تم قبول العناصر التى حصلت على نسبة ٧٠% فيما فوق وبالتالى قبول جميع العناصر المقترحة .

٤- تحديد الأهمية النسبية للأبعاد وعناصرها المقترحة :

تضمنت هذه المرحلة تحديد الأهمية النسبية لأبعاد المقياس وعناصر كل بعد حيث قمنا بإعداد استمارة استطلاع رأى ثانية خاصة بالخبراء تتضمن المحاور السبعة وعناصرها المقترحة وقد تم عرضها على عدد (١١) من الخبراء فى هذا المجال وكان ذلك بغرض الآتى :

- تحديد الأهمية النسبية لكل بعد من الأبعاد السبعة المقترحة وذلك بإعطاء نسبة مئوية لكل بعد على حدة بحيث يكون مجموعة النسب المئوية لكل الأبعاد يساوى ١٠٠ درجة .
- تحديد الأهمية النسبية لكل عنصر من عناصر المحور الواحد وذلك بإعطاء نسبة مئوية لكل عنصر على حده بحيث يكون مجموع النسب المئوية لكل العناصر داخل المحور الواحد تساوى ١٠٠ درجة .

ولقد أجاب على هذه الاستمارة (١٠) خبراء من (١١) خبير وقمنا بحساب الأهمية النسبية لكل بعد من الأبعاد وكذلك العناصر فى ضوء الدرجات التى تم الحصول عليها من الخبراء وذلك بضرب مجموع الدرجات × ١٠٠ مقسوماً على عدد الخبراء جدول (٦) .

جدول (٦)

ترتيب الأبعاد والعناصر المقترحة وفقاً لأهميتها النسبية . ن = ١٠

م	المحور	الأهمية النسبية	العناصر	الأهمية النسبية
١	إدارة العلاقات العامة	٢٤%	١- الاتصال	٤١%
			٢- إدارة الأزمات	٣٤%
			٣- بحوث العلاقات العامة	٢٥%
			المجموع الكلى للنسب	١٠٠%
٢	فلسفة العلاقات العامة	٢١,٣ %	١- مفهوم العلاقات العامة	٧٣%
			٢- تاريخ العلاقات العامة	٢٧%
			المجموع الكلى للنسب	١٠٠%
٣	الإدارة الرياضية	١٧,٦ %	٣- القوانين واللوائح المنظمة للهيئات الرياضية	٦١,٥ %
			٤- طرق تنظيم وإدارة المسابقات الرياضية	٣٨,٥ %
			المجموع الكلى للنسب	١٠٠%
٤	الرأى العام والجمهور	١٤%		
٥	الحاسب الآلى	١٢,٤ %	٥- شبكة المعلومات الدولية	٤٥%
			٦- برنامج *Office*	٣١%
			٧- برنامج *Windows*	٢٤%
			المجموع الكلى للنسب	١٠٠%
٦	الثقافة الرياضية المعلومات العامة	٦,٤ %	٨- مصطلحات ورموز ومعارف رياضية	٦٦%
			٩- تاريخ وأحداث رياضية	٣٤%
			المجموع الكلى للنسب	١٠٠%
٧	المعلومات العامة	٤,٣ %		
٨	المجموع الكلى	١٠٠ %		

٥ - تحديد عبارات المقياس :

قمنا بتحديد العبارات الخاصة بكل بعد من الأبعاد السبعة التى حددها الخبراء وكذا العناصر الخاصة بكل بعد من هذه الأبعاد حيث استعانا بالدراسات والبحوث العلمية السابقة التى تناولت أعداد المقاييس المعرفية أو التى تناولت العلاقات العامة فى المجال الرياضى والمجالات الأخرى .

كما تبين لنا أن متوسط العبارات التى تضمنتها معظم الاختبارات والمقاييس السابقة بلغت عددها ٣٥ عبارة بحد أدنى إلى ١٢٠ عبارة بحد أقصى وعليه فقد قررنا أن يكون العدد الكلى للعبارات هو ١٥٠ عبارة مقترحة روعى فيها أن تكون ممثلة لكل الأبعاد وفى ضوء عناصر كل بعد من هذه الأبعاد كما روعى فيها أن تكون أكبر من الأعداد المتوقعة بالنسبة للمقياس المقترح تحسباً لما سوف تسفر عنه نتائج المعاملات الإحصائية من استبعاد لبعض العبارات أثناء إجراء عمليات تقنين الاختبار .

٦- توزيع عبارات كل بعد على عناصره الأساسية :

بعد أن تم تحديد وتوزيع عبارات المقياس فى صورته الأولى على الأبعاد السبعة طبقاً للأهمية النسبية لكل بعد قمنا بتوزيع عبارات كل بعد على عناصره طبقاً للأهمية النسبية لكل عنصر داخل المحور الواحد ، والجدول التالى يوضح توزيع العبارات على الأبعاد والعناصر طبقاً للأهمية النسبية لكل منهما .

جدول (٧)
توزيع العبارات على الأبعاد والعناصر طبقاً للأهمية النسبية .

الأبعاد	النسبة المئوية	عدد العبارات	العناصر الأساسية	الأهمية النسبية	عدد العبارات
إدارة العلاقات العامة	٢٤%	٣٦	١- الاتصال فى العلاقات العامة	٤١%	١٥
			٢- إدارة الأزمات	٣٤%	١٢
			٣- بحوث العلاقات العامة	٢٥%	٩
فلسفة العلاقات العامة	٢١,٣ %	٣٢	١- مفهوم وأهداف العلاقات العامة	٧٣%	٢٣
			٢- تاريخ وتطور العلاقات العامة	٢٧%	٩
الإدارة الرياضية	١٧,٦ %	٢٦	١- القوانين واللوائح المنظمة للهيئات الرياضية	٦١,٥ %	١٦
			٢- طرق تنظيم وإدارة المسابقات الرياضية	٣٨,٥ %	١٠
الرأى العام والجمهور	١٤%	٢١		١٤%	٢١
الحاسب الآلى	١٢,٤ %	١٩	١- شبكة المعلومات الدولية	٤٥%	٨
			٢- برامج Office	٣١%	٦
			٣- برنامج Windows	٢٤%	٥
الثقافة الرياضية	٦,٤%	١٠	١- مصطلحات ورموز ومعارف رياضية	٦٦%	٧
			٢- تاريخ وأحداث رياضية	٣٤%	٣
المعلومات العامة	٤,٣%	٦		٤,٣%	٦
المجموع	١٠٠%	١٥٠		-	١٥٠

٧- تحديد طبيعة بناء عبارات المقياس :

كشفت نتائج الدراسات والبحوث السابقة التى أطلعنا عليها أن معظم (الاختيارات) المقاييس التي تم إعدادها بغرض قياس الحصائل المعرفية فى المجال الرياضى قد استخدمت الطرق التالية :

- طريقة الصواب والخطأ بنسبة ١٠٠%
- طريقة الاختيار من متعدد بنسبة ٩٢%
- طريقة التكميل بنسبة ٦٩%
- طريقة المزاوجة بنسبة ٣٠%
- طريقة الترتيب بنسبة ٤٦%
- طريقة الصور بنسبة ٦٩%
- طريقة الإجابة الحرة بنسبة ٧%

وبناء على ما سبق فقد قررنا استخدام الطرق الأتية لإعداد وصياغة عبارات المقياس (الصواب والخطأ ، الاختيار من متعدد ، التكميل ، المزاوجة الترتيب ، الصور) بالإضافة إلى طريقة (أذكر المصطلح العلمى) فى محاولة منه لإعداد مقياس شامل لمعظم الحصائل المعرفية المرتبطة بمهنة أخصائى العلاقات العامة فى المجال الرياضى خاصة وأن استخدام أكثر من طريقة من طرق إعداد وصياغة العبارات يؤدى إلى تلافى أى عيوب تتضمنها هذه الطرق .

وجدول (٨) يبين الدراسات السابقة التى تناولت بناء مقاييس واختبارات معرفية فى المجال الرياضى والطرق التى استخدمتها فى إعداد عبارات المقياس .

جدول (٨)

طرق بناء مفردات (الاختبارات والمقاييس) للدراسات السابقة والمرتبطة بموضوع الدراسة

م	اسم الباحث	عام الإجراء	الصواب والخطأ	اختيار من متعدد	الصور	التكملة	المزاوجة	الترتيب	وضع القرار
١	ويلسون رولاين *Wilson*	١٩٨٤	✓	✓	✓	✓			

	Rolayn								
٢	عادل إبراهيم أحمد	١٩٨٩	✓	✓	✓	✓		✓	
٣	عادل حسنى السيد	١٩٩١	✓	✓		✓	✓	✓	
٤	عبد العزيز أحمد ، ناريمان محمد	١٩٩٢	✓	✓	✓	✓		✓	
٥	على حسين حسب الله ، محمد الحفناوى	١٩٩٣	✓	✓		✓		✓	
٦	زانج ليرو Zang Liro	١٩٩٣	✓	✓	✓	✓			
٧	عماد سمير محمود	١٩٩٦	✓	✓	✓		✓	✓	
٨	كمال عبد الجابر	١٩٩٦	✓	✓		✓	✓		
٩	عمر على سالم العياط	١٩٩٨	✓	✓	✓				
١٠	محمود قناوى عثمان	١٩٩٩	✓						
١١	خالد زغلول الشيمى	٢٠٠٠	✓	✓	✓	✓			
١٢	محمد حسن محمد على	٢٠٠٠	✓	✓	✓				
١٣	عادل كمال عبد الوهاب	٢٠٠٢	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	الجملة		١٣	١٢	٩	٩	٤	٦	١
	النسبة المئوية		١٠٠ %	%٩٢	٦٩ %	%٦٩	%٣٠	%٤٦	%٧

٨- توزيع العبارات المقترحة للمقياس وفقاً لطرق إعداد وصياغة العبارات :

بعد تحديد العبارات المقترحة للمقياس فى صورته الأولى وعددها ١٥٠ عبارة وتوزيعها على الأبعاد السبعة للمقياس وفقاً لأهميتها النسبية جدول رقم (٧) قمنا بتوزيع العبارات الخاصة بكل من الأبعاد السبعة بطريقة تحكمية شملت جميع الطرق السابقة .

وجدول (٩) يبين توزيع العبارات الـ١٥٠ على الأبعاد السبعة وفقاً لطرق إعداد وصياغة العبارات وفى حدود الأهمية النسبية .

جدول رقم (٩)

توزيع الـ١٥٠ عبارة على الأبعاد السبعة وفقاً لطرق إعداد وصياغة العبارات فى حدود الأهمية النسبية لكل بُعد .

م	المحاور الرئيسية	طرق إعداد العبارات							عدد العبارات
		الصواب والخطأ	الاختيار من متعدد	التكملة	المزاوجة	الترتيب	الصور والأشكال	أذكر	
١	إدارة العلاقات العامة	١٨	٦	١٠	-	٢	-	-	٣٦
٢	فلسفة العلاقات العامة	٢٠	٨	٢	-	-	-	٢	٣٢
٣	الإدارة الرياضية	١١	٩	٥	-	-	١	-	٢٦
٤	الرأى العام والجمهور	١٤	٢	٥	-	-	-	-	٢١
٥	الحاسب الآلى	٥	٧	٥	-	٢	-	-	١٩
٦	الثقافة الرياضية	١	٥	٣	١	-	-	-	١٠
٧	المعلومات العامة	-	٢	٣	١	-	-	-	٦
	المجموع الكلى	٦٩	٣٩	٣٣	٢	٤	١	٢	١٥٠

٩- التحقق من صدق عبارات كل بعد من أبعاد المقياس فى صورته الأولى :

قمنا بعرض استمارة استطلاع رأى الخبراء متضمنة عبارات المقياس ١٥٠ موزعة على الأبعاد السبعة وعناصرها وفقاً للأهمية النسبية مرفق (٥) على عدد (١١) من خبراء مرفق (١) وكان ذلك بغرض الآتى :

- مدى مناسبة عبارات المقياس للمحاور المقترحة .
- مدى مناسبة صياغة العبارات ووضوحها .
- مدى كفاية عبارات كل محور .
- مدى كفاية المقياس ككل .

ولتحديد مدى مناسبة العبارات استخدمنا النسبة المئوية لآراء الخبراء وتم قبول العبارات التى حصلت على نسبة مئوية (٧٠%) فأكثر من آراء الخبراء وجدول (١٠) يوضح ذلك .

وقد تم قبول العبارات التى حققت ٧٠% فأكثر من أراء الخبراء وبلغ عدد العبارات المقبولة (١٢٠) عبارة والعبارات المستبعدة (٣٠) عبارة .

جدول (١١)

أرقام العبارات المستبعدة طبقاً لأراء الخبراء

العناصر الأساسية	أرقام العبارات المحذوفة	الجملة	عدد عبارات العنصر بعد الحذف
الاتصال فى العلاقات العامة	١ ــ ٤ ــ ١٥	٣	١٢
إدارة الأزمات	٢ ــ ٣ ــ ٩ ــ ١٠	٤	٨
بحوث العلاقات العامة	١	١	٨
مفهوم وأهداف العلاقات العامة	٢ــ ٧ــ ٨ــ ١١ــ١٤ــ٢٠- ٢١	٧	١٦
تاريخ وتطور العلاقات العامة	٨	١	٨
القوانين واللوائح المنظمة للهيئات الرياضية	٨ ــ ١٠ ــ ١١	٣	١٣
طرق تنظيم وإدارة المسابقات الرياضية	١ ــ ٧	٢	٨
الرأى العام والجمهور	٣ ــ ٩ ــ ١١ ــ ١٥	٤	١٧
شبكة المعلومات الدولية	١ ــ ٣	٢	٦
برامج Office	١	١	٥
برنامج Windows	١	١	٤

العناصر الأساسية	أرقام العبارات المحذوفة	الجملة	عدد عبارات العنصر بعد الحذف
مصــطلحات ورمــوز ومعــارف رياضية	-	-	٧
تاريخ وأحداث رياضية	-	-	٣
المعلومات العامة	٤	١	٥
المجمـــــوع		٣٠	١٢٠

وللتأكد من كفاية عبارات كل محور والمقياس ككل أبدت نفس المجموعة من الخبراء رأيهم على ميزان تقدير ثلاثى على النحو التالى :

كافٍ تماماً (٣) ثلاث درجات

كافٍ إلى حد (٢) درجتان

غير كافٍ (١) درجة واحدة

جدول (١٢)

يوضح النسبة المئوية لآراء الخبراء فى مدى كفاية عبارات كل محور (عنصر) من محاور (عناصر) المقياس ن = ١١

م	العنـــــــــــاصر	نسبة الموافقة
١	الاتصال فى العلاقات العامة	١٠٠%
٢	إدارة الأزمات	١٠٠%
٣	بحوث العلاقات العامة	١٠٠%
٤	مفهوم وأهداف العلاقات العامة	١٠٠%
٥	تاريخ وتطور العلاقات العامة	١٠٠%
٦	القوانين واللوائح المنظمة للهيئات الرياضية	١٠٠%
٧	طرق تنظيم وإدارة المسابقات الرياضية	١٠٠%
٨	الرأي العام والجمهور	١٠٠%
٩	شبكة المعلومات الدولية	١٠٠%
١٠	برامج *Office*	١٠٠%
١١	برنامج windows	١٠٠%
١٢	مصطلحات ورموز ومعارف رياضية	٩٦,٩%
١٣	تاريخ وأحداث رياضية	٩٦,٩%
١٤	المعلومات العامة	١٠٠%

جدول (١٣)
نسبة موافقة الخبراء على مدى كفاية المقياس ككل

رقم الخبير	كافٍ تماماً	كافٍ إلى حد ما	غير كافٍ
	٣	٢	١
١	×		-
٢	×		-
٣	×		-
٤	×		-
٥	×		-
٦	×		-
٧	-	×	-
٨	×		-
٩	×		-
١٠	×		-
١١	×		-

قد بلغت نسبة موافقة الخبراء على مدى كفاية المقياس ككل ٩٦,٩ % ، مما يوضح صدق المقياس .

١٠- إعداد المقياس فى صورته الثانية ١٢٠ عبارة :

تضمنت هذه الخطوة قيامنا بإعداد المقياس فى صورته الثانية مرفق (٦) وذلك وفقاً للإجراءات التالية :

١- قمنا بتوزيع عبارات المقياس الـ١٢٠ على المحاور وفقاً لطرق إعداد وصياغة العبارات التى استخدمتها وهى :

- عبارات الصواب والخطأ :

تم وضع عبارات الصواب والخطأ للأبعاد السبعة المقترحة فى مجموعة واحدة وقد أعطيت أرقام متسلسلة من ١ : ٤٨

وقد تم ترتيبها وفقاً لترتيب الأبعاد السبعة حيث أخذت عبارات :

- المحور الأول أرقام من ١ : ١١
- المحور الثانى أرقام من ١٢ : ٢٥
- المحور الثالث أرقام من ٢٦ : ٣٤
- المحور الرابع أرقام من ٣٥ : ٤٥
- المحور الخامس أرقام من ٤٦ : ٤٧
- المحور السادس أرقام من ٤٨ : -
- المحور السابع أرقام من - : -

عبارات الاختيار من متعدد :-

تم وضع عبارات الاختيار من متعدد للأبعاد السبعة المقترحة فى مجموعة واحدة وقد أعطيت أرقام متسلسلة من ٤٩ : ٨٤ وقد تم ترتيبها وفقاً لترتيب الأبعاد السبعة حيث أخذت عبارات :

- المحور الأول أرقام من ٤٩ : ٥٤
- المحور الثانى أرقام من ٥٥ : ٦١
- المحور الثالث أرقام من ٦٢ : ٦٩
- المحور الرابع أرقام من ٧٠ : -
- المحور الخامس أرقام من ٧١ : ٧٧
- المحور السادس أرقام من ٧٨ : ٨٢
- المحور السابع أرقام من ٨٣ : ٨٤

عبارات التكملة :

تم وضع عبارات التكملة للمحاور السبعة المقترحة فى مجموعة واحدة وقد أعطيت أرقام متسلسلة من ٨٥ : ١١١ وقد تم ترتيبها وفقاً لترتيب الأبعاد السبعة حيث أخذت عبارات :

- المحور الأول أرقام من ٨٥ : ٩٣
- المحور الثانى أرقام من ٩٤ : -
- المحور الثالث أرقام من ٩٥ : ٩٧
- المحور الرابع أرقام من ٩٨ : ١٠٢
- المحور الخامس أرقام من ١٠٣ : ١٠٦
- المحور السادس أرقام من ١٠٧ : ١٠٩
- المحور السابع أرقام من ١١٠ : ١١١

- عبارات الترتيب :

تم وضع عبارات الترتيب للمحاور السبعة المقترحة فى مجموعة واحدة وقد أعطيت أرقام متسلسلة من ١١٢ : ١١٥ وقد تم ترتيبها وفقاً لترتيب الأبعاد السبعة حيث أخذت عبارات :

- المحور الأول أرقام من ١١٢ : ١١٣
- المحور الخامس أرقام من ١١٤ : ١١٥

- عبارات المزاوجة :

تم وضع عبارات المزاوجة للمحاور السبعة المقترحة فى مجموعة واحدة وقد أعطيت أرقام متسلسلة من ١١٦ : ١١٧ وقد تم ترتيبها وفقاً لترتيب الأبعاد السبعة حيث أخذت عبارات :

- المحور السادس العبارة رقم ١١٦
- المحور السابع العبارة رقم ١١٧

- عبارات الصور والأشكال :

تم وضع عبارات الصور والأشكال للمحاور السبعة المقترحة فى مجموعة واحدة وقد كانت عبارة واحدة فقط تم وضعها فى المحور الثالث وقد أخذت رقم ١١٨ .

- عبارات أذكر المصطلح العلمى :

تم وضع عبارات أذكر المصطلح العلمى للمحاور السبعة المقترحة فى مجموعة واحدة وقد كانت عبارتين فقط وتم وضعها فى المحور الثانى حيث أخذت أرقام ١١٩ ، ١٢٠ .

جدول (١٤)

العناصر الأساسية للمقياس وعدد عبارات كل عنصر فى الصورة الثانية للمقياس ١٢٠ عبارة

م	العناصـــــــــر	عدد العبارات
١	الاتصال فى العلاقات العامة	١٢
٢	إدارة الأزمات	٨
٣	بحوث العلاقات العامة	٨
٤	مفهوم وأهداف العلاقات العامة	١٦
٥	تاريخ وتطور العلاقات العامة	٨
٦	طرق تنظيم وإدارة المسابقات الرياضية	٨

م	العناصـــــــــر	عدد العبارات
٧	القوانين واللوائح المنظمة للهيئات الرياضية	١٣
٨	الرأى العام والجمهور	١٧
٩	شبكة المعلومات الدولية	٦
١٠	برنامج *Office*	٥
١١	برنامج Windows	٤
١٢	مصطلحات ومعارف رياضية	٧
١٣	تاريخ وأحداث رياضية	٣
١٤	المعلومات العامة	٥
	المجمـــــوع	١٢٠

١١- إعداد تعليمات المقياس فى صورته الثانية :

بعد أن تمت صياغة العبارات ووضوحها وروعى فيها أن تكون كتابة الأسئلة بطريقة مباشرة مع ترك مساحات كافية تسهل قراءة الأسئلة والإجابة عليها وذلك لتجهيزها للدراسات الاستطلاعية ، قمنا بوضع وإعداد التعليمات الخاصة بالمقياس وأوضح أن المقياس ليس امتحاناً ولكنه أسلوب لتقويم التحصيل المعرفى وأن النتائج المستخلصة تكون بهدف التعديل والتصحيح لتحقيق البرامج والمحتوى الموضوع لهم .

١٢- التجربة الاستطلاعية الأولى لتجربة المقياس فى صورته الثانية :

بعد أن أقر مجموعة الخبراء دقة ووضوح وصياغة العبارات وانتمائها للأبعاد والعناصر التى يقيسها المقياس ، قمنا بتطبيق المقياس فى صورته الثانية (١٢٠) عبارة على عينة التطبيق الأول البالغ عددها (٢١) أخصائى بنسبة ٢٢,٨% من عينة البحث وقد تضمنت هذه المرحلة الخطوات البحثية الآتية :

- حساب معاملى السهولة والصعوبة :

قمنا بحساب معاملات السهولة والصعوبة لعبارات المقياس وذلك بهدف تقييم كل عبارة والحكم عليها من حيث صعوبتها وسهولتها وقد حددنا معامل صعوبة ما بين (٠,٧٠,٣٠) لقبول العبارات وذلك وفقاً لما أشارت إليه أحدث المراجع المتخصصة فى بناء المقاييس المعرفية وما اتبعته معظم

الدراسات والبحوث السابقة ولقد تم تقدير معاملى الصعوبة والسهولة للمفردات من خلال المعادلتين الآتيتين :

- معامل الصعوبة = ١ – معامل السهولة

- معامل السهولة = $\frac{ص}{ص+خ}$

حيث ص = الإجابات الصحيحة ، خ = الإجابات الخاطئة
(٥٠ : ٤٤٤) (٥٨ : ٧٢) (٨٩ : ١١٠ – ١٢٦)

- معاملات التميز لعبارات المقياس :

قمنا بحساب معاملات التمييز لعبارات المقياس (١٢٠) عبارة وذلك بهدف استخلاص العبارات ذات القدرة على التميز بين أفراد العينة وقد حددنا معامل تميز لقبول العبارة (٠,٣٠ فأكثر) وذلك وفقاً لما أشارت إليه أحدث المراجع المتخصصة فى مجال بناء المقاييس المعرفية وذلك من خلال استخدام المعادلة الإحصائية التالية :

معامل التمييز =

$$\frac{\text{عدد الإجابات الصحيحة فى المجموعة العليا ٢٧\% – عدد الإجابات الصحيحة فى المجموعة السفلى ٢٧\%}}{\text{عدد المبحوثين فى إحدى المجموعتين}}$$

وجدول (١٥) يوضح ذلك :

جدول (١٥)
معامل السهولة والصعوبة والتميز لمفردات القياس فى صورته (الثانية)

م	معامل سهولة	معامل صعوبة	معامل التميز	م	معامل سهولة	معامل صعوبة	معامل تميز	م	معامل سهولة	معامل صعوبة	معامل تميز
١	٠,٥٧	٠,٤٣	٠,٣٣	٣٠	٠,٥٥	٠,٤٥	٠,٥٠	٥٩	٠,١٤	٠,٨٦	صفر
٢	٠,٦١	٠,٣٩	٠,٥٠	٣١	٠,٥٧	٠,٤٣	٠,٣٣	٦٠	٠,٤٧	٠,٥٣	٠,٨٣

م	معامل سهولة	معامل صعوبة	معامل التميز	م	معامل سهولة	معامل صعوبة	معامل تميز	م	معامل سهولة	معامل صعوبة	معامل تميز
٣	٠,٦٦	٠,٣٤	٠,٦٦	٣٢	٠,٨٧	٠,١٣	٠,٥٠	٦١	٠,٤٢	٠,٥٨	-٠,١٦
٤	٠,١٣	٠,٨٧	٠,٣٣	٣٣	٠,٧٨	٠,٢٢	٠,٥٠	٦٢	٠,٦٠	٠,٤٠	٠,٨٣
٥	٠,٦٣	٠,٣٧	٠,٨٣	٣٤	٠,٥٥	٠,٤٥	٠,٣٣	٦٣	٠,٧١	٠,٢٩	٠,٨٣
٦	٠,٥٥	٠,٤٥	٠,٣٣	٣٥	٠,٧٥	٠,٢٥	٠,٣٣	٦٤	٠,٤٧	٠,٥٣	٠,٦٦
٧	٠,٣٦	٠,٦٤	٠,٦٦	٣٦	٠,١٧	٠,٨٣	٠,٥٠	٦٥	٠,١٧	٠,٨٢	صفر
٨	٠,٢٦	٠,٧٣	٠,١٦	٣٧	٠,٣٥	٠,٦٥	٠,٨٣	٦٦	٠,٥٤	٠,٤٥	٠,٣٣
٩	٠,٣٦	٠,٦٤	٠,٦٦	٣٨	٠,٦٦	٠,٣٤	٠,٣٣	٦٧	٠,٥٤	٠,٤٥	٠,٦٦
١٠	٠,٥٧	٠,٤٣	٠,٦٦	٣٩	٠,٥٧	٠,٤٣	٠,٣٣	٦٨	٠,٥٤	٠,٤٦	٠,٣٣
١١	٠,٥٥	٠,٤٥	٠,٦٦	٤٠	٠,٣٧	٠,٦٣	٠,٥٠	٦٩	٠,٢٦	٠,٧٣	٠,٣٣
١٢	٠,١٧	٠,٨٣	٠,٥٠	٤١	٠,٢٣	٠,٧٧	٠,٣٣	٧٠	٠,٣٥	٠,٦٥	٠,٦٦
١٣	٠,٥٧	٠,٤٣	٠,٣٣	٤٢	٠,٥٦	٠,٤٤	٠,٣٣	٧١	٠,٥٦	٠,٤٣	٠,٥٠
١٤	٠,١١	٠,٩١	٠,٣٣	٤٣	٠,٣٦	٠,٦٤	٠,٣٣	٧٢	٠,٢٥	٠,٧٥	صفر
١	٠,٤	٠,٥٨	٠,٦	٤	٠,٣	٠,٦٣	٠,٣	٧	٠,٥	٠,٤٤	٠,٦

م	معامل سهولة	معامل صعوبة	معامل التميز	م	معامل سهولة	معامل صعوبة	معامل تميز	م	معامل سهولة	معامل صعوبة	معامل تميز
٥	٢		٦	٤	٧		٣	٣	٦		٦
١٦	٠,٥٤	٠,٤٦	٠,٦٦	٤٥	٠,٥٧	٠,٤٣	٠,٥٠	٧٤	٠,٤٢	٠,٥٨	٠,٣٣
١٧	٠,٨٤	٠,١٦	٠,١٦	٤٦	٠,٧٨	٠,٢٢	-٠,١٦	٧٥	٠,٦٤	٠,٣٦	٠,٨٣
١٨	٠,٥٥	٠,٤٥	٠,٨٣	٤٧	٠,٧٣	٠,٢٧	-٠,٣٣	٧٦	٠,١٥	٠,٨٥	٠,١٦
١٩	٠,٦٤	٠,٣٦	٠,٣٣	٤٨	٠,٧١	٠,٢٩	٠,٥٠	٧٧	٠,١٨	٠,٨٢	٠,٣٣
٢٠	٠,٥٧	٠,٤٣	٠,٦٦	٤٩	٠,٦٢	٠,٣٨	٠,٣٣	٧٨	٠,٤٢	٠,٥٨	٠,٨٣
٢١	٠,٣٦	٠,٦٤	٠,٣٣	٥٠	٠,٢٠	٠,٨٠	صفر	٧٩	٠,٥٦	٠,٤٤	٠,٣٣
٢٢	٠,٣٣	٠,٦٧	٠,٣٣	٥١	٠,٦٤	٠,٣٦	٠,٥٠	٨٠	٠,٤٧	٠,٥٣	٠,٦٦
٢٣	٠,٢٧	٠,٧٣	٠,١٦	٥٢	٠,٢٧	٠,٧٣	صفر	٨١	٠,٩	٠,١	٠,١٦
٢٤	٠,٥٧	٠,٤٣	٠,٨٣	٥٣	٠,٤٢	٠,٥٨	٠,٥٠	٨٢	٠,٤٧	٠,٥٣	٠,٦٦
٢٥	٠,٢٢	٠,٧٣	٠,٣٣	٥٤	٠,١٨	٠,٨٢	٠,٣٣	٨٣	٠,٥٧	٠,٤٣	٠,٨٣
٢٦	٠,٣٧	٠,٦٣	٠,٥٠	٥٥	٠,٤٦	٠,٥٤	٠,٣٣	٨٤	٠,٤٦	٠,٥٤	٠,٣٣
٢	٠,١	٠,٨٥	٠,٣	٥	٤٢	٠,٥٨	٠,٥	٨	٠,٤	٠,٥٤	٠,٥

م	معامل سهولة	معامل صعوبة	معامل التميز	م	معامل سهولة	معامل صعوبة	معامل تميز	م	معامل سهولة	معامل صعوبة	معامل تميز
٧	٥		٣	٦			٠	٥	٦		٠
٢٨	٠,٥٦	٠,٤٤	٠,٦٦	٥٧	٠,٢٢	٠,٧٨	٠,٥٠	٨٦	٠,٨٧	٠,١٣	٠,١٦
٢٩	٠,٥٤	٠,٤٦	٠,٦٦	٥٨	٠,٤٢	٠,٥٨	٠,٦٦	٨٧	٠,٢٧	٠,٧٣	٠,١٦

تابع جدول (١٥)

م	معامل سهولة	معامل صعوبة	معامل التميز	م	معامل سهولة	معامل صعوبة	معامل تميز
٨٨	٠,٨٥	٠,١٥	٠,٥٠	١١٧	٠,٥٤	٠,٤٦	٠,٣٣
٨٩	٠,٤٢	٠,٥٨	٠,٥٠	١١٨	٠,٤٧	٠,٥٣	٠,٣٣
٩٠	٠,٣٥	٠,٦٥	٠,٣٣	١١٩	٠,٥٧	٠,٤٣	٠,٣٣
٩١	٠,٣٤	٠,٦٦	٠,٣٣	١٢٠	٠,٤٤	٠,٥٧	٠,٣٣
٩٢	٠,٤٦	٠,٥٤	٠,٣٣				
٩٣	٠,٢٦	٠,٧٤	٠,١٦				
٩٤	٠,٥٥	٠,٤٥	٠,٥٠				
٩٥	٠,٥٤	٠,٤٦	٠,٣٣				
٩٦	٠,٤٦	٠,٥٤	٠,٣٣				
٩٧	٠,٩	٠,١	٠,١٦				
٩٨	٠,٢٧	٠,٧٣	٠,١٦				
٩٩	٠,٤٧	٠,٥٣	٠,٣٣				
١٠٠	٠,٥٥	٠,٤٥	٠,٣٣				
١٠١	٠,٨٧	٠,١٣	٠,٥٠				
١٠٢	٠,٥٧	٠,٤٣	٠,٥٠				

م	معامل سهولة	معامل صعوبة	معامل التميز	م	معامل سهولة	معامل صعوبة	معامل تميز
١٠٣	٠,٤٤	٠,٥٧	٠,٥٠				
١٠٤	٠,٦٤	٠,٣٦	٠,٣٣				
١٠٥	٠,٨٠	٠,٢٠	٠,٥٠				
١٠٦	٠,٥٦	٠,٤٤	٠,٦٦				
١٠٧	٠,٤٧	٠,٥٣	٠,٥٠				
١٠٨	٠,٨٠	٠,٢٠	٠,٣٣				
١٠٩	٠,٤٦	٠,٥٤	٠,٣٣				
١١٠	٠,٤٦	٠,٥٤	٠,٣٣				
١١١	٠,٨٥	٠,١٥	صفر				
١١٢	٠,٤٢	٠,٥٨	٠,٥٠				
١١٣	٠,٤٧	٠,٥٣	٠,٣٣				
١١٤	٠,٥٦	٠,٤٤	٠,٥٠				
١١٥	٠,٤٢	٠,٥٨	٠,٣٣				
١١٦	٠,٦٤	٠,٣٦	٠,٣٣				

جدول (١٦)أرقام العبارات المحذوفة بعد تطبيق معامل السهولة والصعوبة والتميز عدد (٣٩) عبارة

م	رقم العبارة	م	رقم العبارة	م	رقم العبارة
١	٤	١٥	٤٧	٢٩	٨١
٢	٨	١٦	٤٨	٣٠	٨٦
٣	١٢	١٧	٥٠	٣١	٨٧
٤	١٤	١٨	٥٢	٣٢	٨٨
٥	١٧	١٩	٥٤	٣٣	٩٣
٦	٢٣	٢٠	٥٧	٣٤	٩٧
٧	٢٥	٢١	٥٩	٣٥	٩٨
٨	٢٧	٢٢	٦١	٣٦	١٠١
٩	٣٢	٢٣	٦٣	٣٧	١٠٥
١٠	٣٣	٢٤	٦٥	٣٨	١٠٨
١١	٣٥	٢٥	٦٩	٣٩	١١١
١٢	٣٦	٢٦	٧٢		
١٣	٤١	٢٧	٧٦		
١٤	٤٦	٢٨	٧٧		

يتضح من جدول (١٥) (١٦) أنه قد تم حذف العبارات التى لم تحقق مستوى دلالة يتراوح ما بين (٠,٣٠ - ٠,٧٠) و عددها ٣٩ عبارة وتم قبول العبارات التى حققت مستوى دلالة يتراوح ما بين (٠,٣٠ - ٠,٧٠) وبالتالى أصبح عدد عبارات المقياس (٨١) عبارة .

جدول (١٧)
توزيع العبارات على محاور المقياس طبقاً لطرق
صياغة العبارات فى صورته الثالثة ٨١ عبارة

الأبعاد المقترحة	العناصر المقترحة	✓أو ×	الاختيار من متعدد	التكملة	التوصيل	الترتيب	الصور	أذكر	جملة
إدارة العلاقات العامة	الاتصـــــال	٣	٢	٣	-	-	-	-	٨
	إدارة الأزمات	٤	-	١	-	١	-	-	٦
	بحوث العلاقات العامة	٢	١	١	-	١	-	-	٥
فلسفة العلاقات العامة	مفهوم العلاقات العامة	٩	-	-	-	-	-	٢	١١
	تاريخ العلاقات العامة	-	٤	١	-	-	-	-	٥
الإدارة الرياضية	القوانين واللوائح المنظمة للهيئات الرياضية	٥	٣	١	-	-	-	-	٩
	طرق تنظيم وإدارة المسابقات الرياضية	١	٢	١	-	-	١	-	٥
الرأى العام والجمهور	–	٨	١	٣	-	-	-	-	١٢
الحاسب الآلى	شبكة المعلومات الدولية	-	٢	٢	-	-	-	-	٤
	برامج الـ*Office*	-	٢	-	-	١	-	-	٣
	برنامج الـ*Windows*	-	-	١	-	١	-	-	٢
الثقافة الرياضية	مصطلحات ورموز ومعارف رياضية	-	-	٤	١	-	-	-	٥
	تاريخ وأحداث رياضية	-	٢	-	-	-	-	-	٢
المعلومات العامة	–	-	٢	١	١	-	-	-	٤

المجموع الكلى للنسب		٣٢	٢١	١٩	٢	٤	١	٢	٨١

- وضع المقياس فى صورته الثالثة :

قمنا بوضع المقياس فى صورته الثالثة وهو يتكون من (٨١) عبارة مرفق(٧) موزعة على أبعاد المقياس وعناصره الأساسية طبقاً لطرق إعداد وصياغة العبارات جدول (١٧) .

وقد تم ترقيمها من ١ : ٨١ وقد تم وضعها فى مجموعات بصورة متتالية ومسلسلة على النحو التالى :

- عبارات الصواب والخطأ من ١ : ٣٢
- عبارات الاختيار من متعدد من ٣٣ : ٥٥
- عبارات التكملة من ٥٦ : ٧٢
- عبارات الترتيب من ٧٣ : ٧٦
- عبارات المزاوجة من ٧٧ : ٧٨
- عبارات الصور والأشكال ٧٩
- عبارات أذكر المصطلح العلمى من ٨٠ : ٨١

وقمنا بتوزيع العبارات على المحاور على النحو التالى :

- المحور الأول (إدارة العلاقات العامة) وقد حصل على ١٩ عبارة أرقامها :
(١-٢-٣-٤-٥-٦-٧-٨-٩-٣٣-٣٤-٣٥-٥٦-٥٧-٥٨-٥٩-٦٠-٧٣-٧٤)
- المحور الثانى(فلسفة العلاقات العامة)وقد حصل على١٦ عبارة أرقامها :
(١٠-١١-١٢-١٣-١٤-١٥-١٦-١٧-١٨-٣٦-٣٧-٣٨-٣٩-٦١-٨٠-٨١)
- المحور الثالث (الإدارة الرياضية) وقد حصل على ١٤ عبارة أرقامها :
(١٩-٢٠-٢١-٢٢-٢٣-٢٤-٤٠-٤١-٤٢-٤٣-٤٤-٦٢-٦٣-٧٩)
- المحور الرابع (الرأى العام والجمهور) وقد حصل على ١٢ عبارة أرقامها :
(٢٥-٢٦-٢٧-٢٨-٢٩-٣٠-٣١-٣٢-٤٥-٦٤-٦٥-٦٦)

- المحـور الخـامس (الحاسـب الآلـى) وقـد حصـل علـى ٩ عبـارات أرقامها :
(٤٦-٤٧-٤٨-٤٩-٦٧-٦٨-٦٩-٧٥-٧٦)
- المحـور السـادس (الثقافـة الرياضـية) وقـد حصـل علـى ٧ عبـارات أرقامها :
(٥٠-٥١-٥٢-٥٣-٧٠-٧١-٧٧)
- المحـور السـابع (المعلومـات العامـة) وقـد حصـل علـى ٤ عبـارات أرقامها :
(٥٤-٥٥-٧٢-٧٨)

١٣- التجربة الاستطلاعية الثانية لتجربة المقياس فى صورته الثالثة لإجراء المعاملات العلمية (الصدق - الثبات) :

قمنا بإجراء الدراسة الاستطلاعية الثانية لتطبيق المقياس فى صورته الثالثة على عينة قوامها (٢١) أخصائى علاقات عامة بواقع ٢٢,٨% من عينة البحث من أخصائى العلاقات العامة بالفئة الأولى والثانية والثالثة . وذلك لإيجاد المعاملات العلمية للمقياس (الصدق ، الثبات) .

- صدق المقياس :

١- صدق المحتوى (المختصين) :

حيث قمنا من قبل بعرض الصورة الأولى للمقياس مرفق (٥) على (١١) من الأساتذة المتخصصين فى مجال الإدارة الرياضية والعلاقات العامة مرفق (١) لإبداء الرأى فى مدى مناسبة العبارات فى كل محور وعناصره وأنها تقيس ما وضعت من أجله وكانت نسبة الموافقة على العبارات تتراوح ما بين ٧٢,٧% إلى ١٠٠% حيث تم قبول العبارات التى حصلت على نسبة ٧٠% فأكثر من آراء الخبراء كما حصل المقياس ككل على نسبة ٩٧% من آراء الخبراء فى مدى كفاية المقياس ككل جدول (١٠) (١٢) (١٣) مما يدل على صدق المقياس .

٢ - صدق الاتساق الداخلى :

لحساب صدق الاتساق الداخلى للمقياس قمنا بتطبيقه فى صورته النهائية وهى (٨١) واحد وثمانون عبارة على عينة قوامها (٢١) واحد وعشرين أخصائى علاقات عامه من مجتمع البحث ومن غير العينة الأصلية للبحث ، وقد تم حساب معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة من عبارات المقياس والدرجة الكلية للمحور الفرعى والرئيسى الذى تنتمى إليه ، كما تم

حساب معاملات الارتباط بين مجموع درجات كل محور فرعى ورئيسى والدرجة الكلية للمقياس والجداول (١٨) ، (١٩) توضح النتيجة على التوالى .

جدول (١٨)

معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة من عبارات المقياس والدرجة الكلية للمحور الفرعى والرئيسى الذى تنتمى إليه (ن = ٢١)

المحور		رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط
إدارة العلاقات العامة	الاتصال	١	٠,٨٦	٢	٠,٨٦	٣	٠,٨٦	٣٣	٠,٨٣	٣٤	٠,٨٨	٥٦	٠,٨٨
		٥٧	٠,٨٨	٥٨	٠,٨٣								
	البحوث	٨	٠,٩٤	٩	٠,٩٣	٣٥	٠,٥٥	٦٠	٠,٨٩	٧٤	٠,٩١		
	إدارة الأزمات	٤	٠,٩٦	٥	٠,٩٦	٦	٠,٩٦	٧	٠,٩٦	٥٩	٠,٨٧	٧٣	٠,٩٦
إدارة العلاقات العامة		١	٠,٧٣	٢	٠,٥٩	٣	٠,٥٩	٤	٠,٧٠	٥	٠,٧٠	٦	٠,٧٠
		٧	٠,٧٠	٨	٠,٥٥	٩	٠,٦٠	٣٣	٠,٧٣	٣٤	٠,٦٤	٣٥	٠,٥٦
		٥٦	٠,٦٤	٥٧	٠,٦٦	٥٨	٠,٧٦	٥٩	٠,٥٤	٦٠	٠,٥٥	٧٣	٠,٧٠
		٧٤	٠,٥٤										
فلسفة العلاقات العامة	تاريخ العلاقات	٣٦	٠,٧٩	٣٧	٠,٨٦	٣٨	٠,٨٤	٣٩	٠,٥٥	٦١	٠,٦٥		
	مفهوم العلاقات	١٠	٠,٩٠	١١	٠,٩٥	١٢	٠,٨١	١٣	٠,٥٤	١٤	٠,٦٣	١٥	٠,٨٥
		١٦	٠,٩٠	١٧	٠,٩٥	١٨	٠,٥٧	٨٠	٠,٨٥	٨١	٠,٧٠		
فلسفة العلاقات العامة		١٠	٠,٨٣	١١	٠,٨٦	١٢	٠,٧٩	١٣	٠,٥٤	١٤	٠,٦٩	١٥	٠,٧٥
		١٦	٠,٨٣	١٧	٠,٨٦	١٨	٠,٦٤	٣٦	٠,٤٩	٣٧	٠,٤٩	٣٨	٠,٤٨
		٣٩	٠,٤٨	٦١	٠,٤٤	٨٠	٠,٧٦	٨١	٠,٦٢				
الإدارة الرياضية	قوانين	١٩	٠,٤٤	٢٠	٠,٨٣	٢١	٠,٨٩	٢٢	٠,٥٨	٢٣	٠,٨٧	٤٠	٠,٤٦
		٤١	٠,٤٨	٤٢	٠,٨٩	٦٢	٠,٨٧						
	طرق تنظيم	٢٤	٠,٩٠	٤٣	٠,٩١	٤٤	٠,٨٠	٦٣	٠,٩٣	٧٩	٠,٥٧		
الإدارة الرياضية		١٩	٠,٥٢	٢٠	٠,٧٦	٢١	٠,٧٥	٢٢	٠,٦٨	٢٣	٠,٧٤	٢٤	٠,٧٩
		٤٠	٠,٤٩	٤١	٠,٤٤	٤٢	٠,٧٥	٤٣	٠,٧٣	٤٤	٠,٧٣	٦٢	٠,٧٦

المحور		رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط
		٦٣	٠,٧٦	٧٩	٠,٤٥								
الحاسب الالى	Net	٤٦	٠,٨٧	٤٧	٠,٨٦	٦٧	٠,٨٠	٦٨	٠,٨٠				
	Win	٦٩	٠,٩٥	٧٦	٠,٩٥								
	Offic	٤٨	٠,٨٧	٤٩	٠,٨٨	٧٥	٠,٧٥						
الحاسب الالى		٤٦	٠,٧٨	٤٧	٠,٧١	٤٨	٠,٧٣	٤٩	٠,٧٨	٦٧	٠,٧٧	٦٨	٠,٦٢
		٦٩	٠,٦٨	٧٥	٠,٦٨	٧٦	٠,٦٥						
الثقافة الرياضية	مصطلحات	٥٠	٠,٥٩	٥١	٠,٩٦	٧٠	٠,٩٥	٧١	٠,٩٦	٧٧	٠,٨٩		
	تاريخ	٥٢	٠,٩١	٥٣	٠,٩٠								
الثقافة الرياضية		٥٠	٠,٧٦	٥١	٠,٨٧	٥٢	٠,٦١	٥٣	٠,٧٦	٧٠	٠,٨٩	٧١	٠,٨٧
		٧٧	٠,٨١										
الراى العام		٢٥	٠,٨٩	٢٦	٠,٨٤	٢٧	٠,٤٧	٢٨	٠,٥٤	٢٩	٠,٦٩	٣٠	٠,٤٦
		٣١	٠,٥٤	٣٢	٠,٨٤	٤٥	٠,٦٣	٦٤	٠,٦٤	٦٥	٠,٧٨	٦٦	٠,٥٠
المعلومات العامة		٥٤	٠,٩٤	٥٥	٠,٨٧	٧٢	٠,٩٤	٧٨	٠,٥١				

- قيمة (ر) الجدولية عند درجة حرية (١٩) ومستوى دلالـة (٠,٠٥) = ٠,٤٣٣

يتضح من الجداول (١٨) ما يلى :

- ✓ تراوحت معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة من عبارات المقياس والدرجـة الكليـة للمحـور الفرعـى الـذى ينتمـى إليـه مـا بـين (٠,٤٤ : ٠,٩٦) وهى معاملات ارتباط دالة إحصائياً مما يشير إلى اتساق كل عبارة مع محورها الفرعى .
- ✓ تراوحت معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة من عبارات المقياس والدرجـة الكلية للمحـور الرئيسـى الـذى تنتمـى إليـه مـا بـين (٠,٤٤ : ٠,٩٤) وهى معاملات ارتباط دالة إحصائياً مما يشير إلى اتساق كل عبارة مع محورها الرئيسى .

جدول (١٩)
معامل الارتباط بين درجة كل محور فرعى ورئيسى من محاور المقياس والدرجة الكلية للمقياس (ن = ٢١)

المحور		عدد العبارات	معامل الارتباط
إدارة العلاقـــات العامة	الاتصال	٨	٠,٥٦
	البحوث	٥	٠,٧٢
	إدارة الأزمات	٦	٠,٨٦
	الدرجة الكلية للمحور الرئيسى	١٩	٠,٨٤
فلسفة العلاقات العامة	تاريخ العلاقات	٥	٠,٨٤
	مفهوم العلاقات	١١	٠,٥٦
	الدرجة الكلية للمحور الرئيسى	١٦	٠,٧٥
الإدارة الرياضية	قوانين	٩	٠,٧٠
	طرق تنظيم	٥	٠,٨٨
	الدرجة الكلية للمحور الرئيسى	١٤	٠,٨٥
الحاسب الالى	*Net*	٤	٠,٧١
	Win	٢	٠,٥١
	Offic	٣	٠,٨٦
	الدرجة الكلية للمحور الرئيسى	٩	٠,٨٥
الثقافة الرياضية	مصطلحات	٥	٠,٥٩
	تاريخ	٢	٠,٧٦
	الدرجة الكلية للمحور الرئيسى	٧	٠,٧١
الراى العام		١٢	٠,٩٠
المعلومات العامة		٤	٠,٧٧

- قيمة (ر) الجدولية عند درجة حرية (١٩) ومستوى دلالة (٠,٠٥) = ٠,٤٣٣

يتضح من الجدول (١٩) ما يلى :

- تراوحت معاملات الارتباط بين مجموع درجات كل محور فرعى ورئيسى من محاور المقياس والدرجة الكلية له ما بين (٠,٥١ : ٠,٩٠) وهى معاملات ارتباط دالة إحصائيا مما يشير إلى الاتساق الداخلى للمقياس .

ب ـ الثبات :

لحساب ثبات المقياس استخدمنا الطرق التالية :

١ ـ طريقة التجزئة النصفية :

وذلك عن طريق تجزئة الاستمارة إلى جزئيين متكافئين ـ العبارات الفردية مقابل العبارات الزوجية ـ ثم تم حساب معامل الارتباط بينهما وذلك بالتطبيق على (٢١) أخصائى من مجتمع البحث ، وبعد حساب معامل الارتباط قمنا بتطبيق معادلة سبيرمان وبراون لإيجاد معامل الثبات وجدول (٢٠) يوضح النتيجة .

جدول (٢٠)
معامل الارتباط بين درجات العبارات الفردية والزوجية للمقياس المعرفى لأخصائى العلاقات العامة (ن =٢١)

المحور		العبارات الفردية		العبارات الزوجية		معامل الارتباط	معامل الثبات
		م	ع	م	ع		
إدارة العلاقات العامة	الاتصال	٢,١٩	١,٧٢	٢,٢٩	١,٧٦	٠,٩٢	٠,٩٦
	البحوث	١,٢٤	١,١٤	٠,٩١	٠,٩٤	٠,٩١	٠,٩٥
	إدارة الأزمات	٠,٦٧	١,٢٤	٠,٦٧	١,٢٠	٠,٩٧	٠,٩٨
فلسفة العلاقات العامة	تاريخ العلاقات	٠,٧٦	١,٢٢	٠,٧١	٠,٧٨	٠,٤٥	٠,٦٢
	أهداف ومفهوم العلاقات	١,٩٥	٢,٢٢	١,٧٦	١,٩٢	٠,٩٠	٠,٩٤
الإدارة الرياضية	قوانين	١,٥٧	١,٧٥	١,٦٢	١,٣٦	٠,٨٥	٠,٩٢
	طرق تنظيم	٠,٧١	١,١٩	٠,٧١	٠,٧٨	٠,٧١	٠,٨٣
الحاسب الآلى	Net	٠,٩٠	٠,٨٩	٠,٨١	٠,٨١	٠,٩٤	٠,٩٧
	Win	٠,٤٣	٠,٥١	٠,٤٤	٠,٤٩	٠,٨١	٠,٨٩
	Offic	٠,٥٧	٠,٨٧	٠,٤٣	٠,٥١	٠,٤٤	٠,٦١

المحور		العبارات الفردية		العبارات الزوجية		معامل الارتباط	معامل الثبات
		م	ع	م	ع		
الثقافة الرياضية	مصطلحات	١,١٩	١,٢٩	٠,٧١	٠,٩٦	٠,٨٦	٠,٩٢
	تاريخ	٠,٤٨	٠,٥١	٠,٣٨	٠,٥٠	٠,٦٣	٠,٧٧
الراى العام		١,٨١	١,٩١	٢,١٤	٢,٠١	٠,٧٤	٠,٨٥
المعلومات العامة		٠,٨٦	٠,٩٦	٠,٨٦	٠,٧٩	٠,٧٦	٠,٨٦
الدرجة الكلية للمقياس		١٥,١٩	١٠,٢٥	١٤,٥٧	١١,٩٠	٠,٨٧	٠,٩٣

- قيمة (ر) الجدولية عند درجة حرية (١٩) ومستوى دلالة (٠,٠٥) = ٠,٤٣٣

يتضح من جدول (٢٠) ما يلى :

✓ تراوحت معاملات الارتباط بين درجات العبارات الفردية والزوجية للمقياس المعرفى لأخصائى العلاقات العامة مابين (٠,٤٤ : ٠,٩٧) بينما تراوحت معاملات الثبات (٠,٦١ : ٠,٩٨) ، كما بلغ معامل الارتباط للدرجة الكلية للمقياس (٠,٧٨) بينما بلغ معامل الثبات للدرجة الكلية للمقياس (٠,٩٣) وهى معاملات ارتباط دالة إحصائياً مما يشير إلى ثبات المقياس .

٢ ـ معامل ألفا كرونباخ :

للتأكد من ثبات المقياس أستخدمنها معامل ألفا كرونباخ وذلك بالتطبيق على (٢١) أخصائى من مجتمع البحث ، جدول (٢١) يوضح النتيجة .

جدول (٢١)معامل ألفا لكرونباخ للمقياس المعرفى لأخصائى العلاقات العامة (ن =٢١)

المحور		معامل ألفا
إدارة العلاقات العامة	الاتصال	٠,٩٥
	البحوث	٠,٨٨
	إدارة الأزمات	٠,٩٨
فلسفة العلاقات العامة	تاريخ العلاقات	٠,٧٨
	مفهوم وأهداف العلاقات العامة	٠,٩٤
الإدارة الرياضية	قوانين	٠,٨٧

المحور		معامل ألفا
	طرق تنظيم	٠,٨٧
الحاسب الالى	*Net*	٠,٨٥
	Win	٠,٨٩
	Offic	٠,٧٧
الثقافة الرياضية	مصطلحات	٠,٩٢
	تاريخ	٠,٧٧
الراى العام		٠,٨٨
المعلومات العامة		٠,٨٣
الدرجة الكلية للمقياس		٠,٩٤

قيمة ر الجدولية عند درجة حرية (١٩) و مستوى دلالة (٠,٠٥) = ٠,٤٣٣

يتضح من جدول (٢١) ما يلى :

تراوحت معاملات ألفا كرونباخ للمقياس المعرفى لأخصائى العلاقات العامة مابين (٠,٧٧ : ٠,٩٨) ، كما بلغ معامل ألفا للدرجة الكلية للمقياس (٠,٩٤) وهى معاملات ارتباط دالة إحصائياً مما يشير إلى ثبات المقياس .

١٤- الصورة النهائية للمقياس :

فى ضوء ما أسفرت عنه خطوات تقنين المقياس والتى تضمنت حساب معاملات السهولة والصعوبة والتميز والصدق والثبات توصلنا إلى بناء وإعداد الصورة النهائية للمقياس موضوع البحث وهدفه الأساسى مرفق (٨) والذى أشتمل على (٨١) عبارة تستهدف قياس الحصائل المعرفية لأخصائى العلاقات العامة بالهيئات الرياضية من خلال اثنا عشر عنصراً تشتمل فى مجملها على محتوى المجال المعرفى الذى تمثله أبعاد المقياس السبعة التالية :

١- إدارة أنشطة العلاقات العامة :

ويتكون هذا المحور من (١٩) عبارة تمثل أهمية نسبية ٢٣,٥% من العدد الإجمالى لعبارات المقياس وتتوزع على ثلاث عناصر تتضمن فى مجملها المعلومات والمعارف المراد قياسها فى هذا المحور وهى :

أ- الاتصال : وقد حدد لقياس هذا العنصر (٨) عبارات هى :
(١ ، ٢ ، ٣ ، ٣٣ ، ٣٤ ، ٥٦ ، ٥٧ ، ٥٨) .

ب- إدارة الأزمات : وقد حدد لقياس هذا العنصر (٦) عبارات هى :
(٤ ، ٥ ، ٦ ، ٧ ، ٥٩ ، ٧٣) .

ج- بحوث العلاقات العامة : وقد حدد لقياس هذا العنصر (٥) عبارات هى : (٨ ، ٩ ، ٣٥ ، ٦٠ ، ٧٤) .

٢- فلسفة العلاقات العامة :

ويتكون هذا المحور من (١٦) عبارة تمثل أهمية نسبية ١٩,٨% من العدد الإجمالى لعبارات المقياس وتتوزع على عنصرين تتضمن فى مجملها المعلومات والمعارف المراد قياسها فى هذا المحور وهى :

أ- مفهوم وأهداف العلاقات العامة : وقد حدد لقياس هذا العنصر (١١) عبارة هى : (١٠ ، ١١ ، ١٢ ، ١٣ ، ١٤ ، ١٥ ، ١٦ ، ١٧ ، ١٨ ، ٨٠ ، ٨١) .

ب- تاريخ وتطور العلاقات العامة : وقد حدد لقياس هذا العنصر (٥) عبارات هى : (٣٦ ، ٣٧ ، ٣٨ ، ٣٩ ، ٦١) .

٣- الإدارة الرياضية :

ويتكون هذا المحور من (١٤) عبارة تمثل أهمية نسبية ١٧,٣% من العدد الإجمالى لعبارات المقياس وتتوزع على عنصرين يتضمنوا فى مجملهم المعلومات والمعارف المراد قياسها فى هذا المحور وهى :

أ- القوانين واللوائح المنظمة للهيئات الرياضية : وقد حدد لقياس هذا العنصر (٩) عبارات هى : (١٩ ، ٢٠ ، ٢١ ، ٢٢ ، ٢٣ ، ٤٠ ، ٤١ ، ٤٢ ، ٦٢) .

ب- طرق تنظيم وإدارة المسابقات الرياضية : وقد حدد لقياس هذا العنصر (٥) عبارات هى : (٢٤ ، ٤٣ ، ٤٤ ، ٦٣ ، ٧٩) .

٤- الرأى العام والجمهور :

ويتكون هذا المحور من (١٢) عبارة تمثل أهمية نسبية ١٤,٨% من العدد الإجمالى لعبارات المقياس وهى :

(٢٥ ، ٢٦ ، ٢٧ ، ٢٨ ، ٢٩ ، ٣٠ ، ٣١ ، ٣٢ ، ٤٥ ، ٦٤ ، ٦٥ ، ٦٦) .

٥- الحاسب الآلى :

ويتكون هذا المحور من (٩) عبارات تمثل أهمية نسبية ١١,١% من العدد الإجمالى لعبارات المقياس وتتوزع على ثلاث عناصر تتضمن فى مجملها المعلومات والمعارف المراد قياسها فى هذا المحور وهى :

أ- شبكة المعلومات الدولية : وقد حدد لقياس هذا العنصر (٤) عبارات هى : (٤٦ ، ٤٧ ، ٦٧ ، ٦٨) .

ب- برامج الـ *Office* : وقد حدد لقياس هذا العنصر (٣) عبارات هى : (٤٨ ، ٤٩ ، ٧٥) .

ج- برنامج الـ *Windows*:وقد حدد لقياس هذا العنصر(٢)عبارتان هى:(٦٩ ، ٧٦)

٦- الثقافة الرياضية :

ويتكون هذا المحور من (٧) عبارات تمثل أهمية نسبية ٨,٦% من العدد الإجمالى لعبارات المقياس وتتوزع على عنصرين أساسين يتضمنوا فى مجملهم المعلومات والمعارف المراد قياسها فى هذا المحور وهى ..

أ- مصطلحات ورموز ومعارف رياضية : وقد حدد لقياس هذا العنصر (٥) عبارات هى : (٥٠ ، ٥١ ، ٧٠ ، ٧١ ، ٧٧) .

ب- تاريخ وأحداث رياضية : وقد حدد لقياس هذا العنصر (٢) عبارتان هى (٥٢ ، ٥٣) .

٧- المعلومات العامة :

ويتكون هذا المحور من (٤) عبارات تمثل أهمية نسبية ٤,٩% من العدد الإجمالى لعبارات المقياس وهى (٥٤ ، ٥٥ ، ٧٢ ، ٧٨) .

جدول (٢٢)

توزيع العبارات على محاور المقياس طبقاً لطرق صياغة العبارات فى صورته النهائية ٨١ عبارة

الأبعاد المقترحة	العناصر المقترحة	✓أو ×	الاختيار من متعدد	التكملة	التوصيل	الترتيب	الصور	أذكر	جملة
إدارة العلاقات العامة	الاتصـــال	٣	٢	٣	-	-	-	-	٨
	إدارة الازمات	٤	-	١	-	١	-	-	٦
	بحوث العلاقات العامة	٢	١	١	-	١	-	-	٥

الأبعاد المقترحة	العناصر المقترحة	✓أو ×	الاختيار من متعدد	التكملة	التوصيل	الترتيب	الصور	أذكر	جملة
فلسفة العلاقات العامة	مفهوم العلاقات العامة	٩	-	-	-	-	-	٢	١١
	تاريخ العلاقات العامة	-	٤	١	-	-	-	-	٥
الإدارة الرياضية	القوانين واللوائح المنظمة للهيئات الرياضية	٥	٣	١	-	-	-	-	٩
	طرق تنظيم وإدارة المسابقات الرياضية	١	٢	١	-	-	١	-	٥
الراى العام والجمهور	–	٨	١	٣	-	-	-	-	١٢
الحاسب الآلى	شبكة المعلومات الدولية	-	٢	٢	-	-	-	-	٤
	برامج الـOffice	-	٢	-	-	١	-	-	٣
	برنامج الـWindows	-	-	١	-	١	-	-	٢
الثقافة الرياضية	مصطلحات ورموز ومعارف رياضية	-	-	٤	١	-	-	-	٥
	تاريخ واحداث رياضية	-	٢	-	-	-	-	-	٢
المعلومات العامة	–	-	٢	١	١	-	-	-	٤
المجموع الكلى		٣٢	٢١	١٩	٢	٤	١	٢	٨١

جدول (٢٣)

جدول مواصفات المقياس المعرفى طبقاً للمستويات المعرفية

قيد البحث (معرفة ، فهم ، تطبيق)

م	الأبعاد	العناصر	عدد العبارات	المستويات المعرفية			الأهمية النسبية
				معرفة	فهم	تطبيق	
١	إدارة العلاقات العامة	الاتصـــــال	٨	٣،٥٦،٥٨ ،٢	١،٣٣،٥٧	٣٤	٢٤%
		إدارة الأزمات	٦	-	٥٩	٤ ، ٥ ،٦ ،٧، ٧٣	
		بحوث العلاقات العامة	٥	-	٣٥ ، ٦٠	٨ ، ٩ ، ٧٤	
٢	فلسفة العلاقات العامة	مفهوم وأهداف العلاقات العامة	١١	١٠ ، ١١ ، ١٣ ،	١٢ ،١٤، ١٥ ،١٦، ١٧، ١٨، ٨٠، ٨١،	-	٢١,٣ %
		تاريخ وتطور العلاقات العامة	٥	٣٦ ،٣٧، ٣٨، ٣٩، ٦١،	-	-	
٣	الإدارة الرياضية	القوانين واللوائح	٩	١٩ ،٢٠، ٢١، ٤٠، ٤١، ٤٢، ٦٢،	٢٢ ، ٢٣	-	١٧,٦ %
		طرق تنظيم وإدارة المسابقات الرياضية	٥	٧٩	٢٤ ، ٤٣	٤٤ ، ٦٣	
٤	الرأى العام والجمهور		١٢	٣،٦٤،٦٥، ٣٠،١	٣٢،٤٥،٦٦، ٢٥،٢٦،٢٩	٢٧، ٢٨	١٤%
٥	الحاسب الآلى	شبكة المعلومات	٤	٤٦، ٤٧، ٦٨	-	٦٧ ،	١٢,٤ %

م	الأبعاد	العناصر	عدد العبارات	المستويات المعرفية			الأهمية النسبية
				معرفة	فهم	تطبيق	
		Office	٣	-	-	٤٨ ، ٤٩ ، ٧٥	
		Windows	٢	٦٩	-	٧٦	
٦	الثقافة الرياضية	مصطلحات ورموز ومعارف رياضية	٥	٥٠، ٥١، ٧٠، ٧١ ، ٧٧	-	-	٦,٤%
		تاريخ وأحداث رياضية	٢	٥٢ ، ٥٣			
٧	المعلومات العامة		٤	٥٤، ٥٥، ٧٢، ٧٨	-	-	٤,٣%
			٨١				

مفتاح التصحيح وزمن المقياس النهائى :

تم تصميم مفتاح لتصحيح مفردات المقياس فى صورته النهائية (٨١) عبارة بطريقة مرتبة ويظهر ذلك فى مرفق (٩) .

الزمن التجريبى : هو عبارة عن حساب الزمن الذى استغرقه أول مختبر انتهى من الإجابة على مفردات المقياس وكذلك آخر مختبر .

الزمن المناسب: قمنا بتحديد زمن المقياس فى صورته النهائية من خلال جمع الزمن الذى استغرقه أول وآخر مبحوث (مختبر) ثم استخراج المتوسط الحسابى لزمن المقياس كما يوضحه جدول (٢٤) .

جدول (٢٤)
المتوسط الحسابى لزمن المقياس فى صورته النهائية

زمن المقياس المعرفى	الزمن التجريبى		المجموع	الزمن المناسب
	زمن إجابة أول من انـهى المقياس	زمن إجابة آخر من انـهى المقياس		
	٤١ دقيقة	٥٨ دقيقة	٩٩ دقيقة	٥٠ دقيقة

مستوى درجات المقياس المعرفى فى صورته النهائية (ميزان التقييم) :
جدول (٢٥) يوضح مستوى درجات المقياس المعرفى فى صورته النهائية .

جدول (٢٥)
تحديد مستوى درجات المقياس المعرفى فى صورته النهائية

م	المستويات	الدرجة	النسبة المئوية
١	ممتاز	٦٩ : ٨١	٨٥% : ١٠٠%
٢	جيد جداً	٦١ : ٦٨	٧٥% : ٨٤,٩٩%
٣	جيد	٥٣ : ٦٠	٦٥% : ٧٤,٩٩%
٤	مقبول	٤٠ : ٥٢	٥٠% : ٦٤,٩٩%
٥	ضعيف (راسب)	أقل من ٤٠	أقل من ٥٠%

تطبيق المقياس فى صورته النهائية :
قمنا بتطبيق المقياس فى صورته النهائية على العينة الأساسية وعددهم (٥٠) خمسون أخصائى علاقات عامة منهم (١٧) للفئة الأولى و(٢٣) للفئة الثانية و(١٠) للفئة الثالثة وذلك لقياس مستوى التحصيل المعرفى لديهم .

ب- استمارة الاحتياجات الوظيفية لأخصائى العلاقات العامة بالهيئات الرياضية :

- خطوات بناء الاستمارة :

١- تحديد الهدف :

ويتمثل فى التعرف على احتياجات وظيفة أخصائى العلاقات العامة بالهيئات الرياضية .

٢- تحديد محاور وعبارات الاستمارة :

وقد اعتمدنا فى تحديد محاور وعبارات الاستمارة على دراسة وتحليل المعلومات فى ثلاث مصادر هى :

أ- المقابلة الشخصية مع ذوى الخبرة والرأى من الأساتذة المتخصصين فى مجال العلاقات العامة .
ب- المراجع العلمية المتخصصة فى مجال العلاقات العامة .
ج- الدراسات والبحوث السابقة التى تناولت العلاقات العامة وأخصائى العلاقات العامة .

وفى ضوء ما سبق توصلنا إلى المحاور الأساسية للاستمارة وفقاً لما يلى :

- الصفات الشخصية والبدنية .
- الصفات النفسية والاجتماعية .
- القدرات العقلية والمهارات الإبداعية .
- المستوى العلمى .

ثم قمنا بدراسة كل محور بطريقة مفصلة لتحديد الصفات التى يجب أن يشملها كل محور وذلك وفقاً لما يلى :

المحور الأول : الصفات الشخصية والبدنية .

ويشمل المحور (٩) تسعة مفردة تتضمن :

(سماحة الوجه ، رقة الحديث ، حسن المظهر، إعتدال القامة ، الحماس والنشاط ، اللياقة البدنية ، قوة التحمل ، التمتع بصحة جيدة ، التمتع بالأخلاق الحميدة) .

المحور الثانى : الصفات النفسية والاجتماعية .

ويشمل المحور (١٥) خمسة عشر مفردة تتضمن :

(القدرة على الإقناع ، القدرة على إقامة علاقات ، القدرة على فهم الآخرين القدرة على تقدير المواقف ، القدرة على تحمل المسئولية ، الإحساس بالآخرين التعاون مع الزملاء ، القدرة على استشارة الأفراد ، تقبل النقد

بصدر رحب التفاؤل ، الثقة بالنفس ، عدم التردد ، الاعتماد على النفس ، القدرة على ضبط الانفعالات ، القدرة على القيادة) .
المحور الثالث : القدرات العقلية والمهارات الإبداعية .
ويشمل المحور (١٤) أربعة عشر مفردة (قوة الملاحظة ، الذكاء وحسن التصرف ، القدرة على الحكم الصائب على الأمور ، القدرة على التفكير الواعى الاتزان العقلى ، القدرة على إدراك المواقف ، القدرة على اتخاذ القرار ، حب الإطلاع الخيال الخصب ، اللباقة فى الحديث ، القدرة على الإلقاء ، القدرة على الاستماع الجيد ، التعرف على فنون الطباعة ، التعرف على فنون الجرافيك) .
المحور الرابع : المستوى العلمى .
ويشمل المحور (١٤) أربعة عشر مفردة تتضمن : (مهارات وأساليب الاتصال ، علم النفس العام ، علم النفس الرياضى ، علم الاجتماع العام ، علم الاجتماع الرياضى، الإعلام الرياضى ، التسويق الرياضى، أساليب البحث العلمى علم الإدارة الرياضية ، علوم الحاسب الآلى ، اللغة العربية ، اللغة الأجنبية ، الثقافة الرياضية ، الثقافة العامة) .
٣- صدق الاستمارة :
يقصد بصدق الاستمارة أن تقيس ما وضعت من أجله ولقياس صدق الاستمارة استخدمنا :
- صدق المختصين :
وللتحقق من ذلك قمنا بعرض الاستمارة على مجموعة من الخبراء (١١) خبير مرفق (١) وذلك للتعرف على مناسبة الاستمارة من حيث الصياغة والوضوح والشمول والدقة العلمية .

وجدول (٢٦) يوضح ذلك :

جدول (٢٦)

النسبة المئوية لأراء السادة الخبراء فى عبارات استمارة احتياجات وظيفة اخصائى العلاقات العامة فى الهيئات الرياضية (ن = ١١)

	العبـــــارات									
الصفات الشخصية والبدنية	رقم العبارة	١	٢	٣	٤	٥	٦	٧	٨	٩
	تكرارها	١٠	١٠	٩	١١	٨	١١	١٠	١١	١٠
	النسبة المئوية	٩٠,٠٩%	٩٠,٠٩%	٨١,٨٢%	١٠٠%	٧٢,٧٣%	١٠٠%	٩٠,٠٩%	١٠٠%	٩٠,٠٩%
الصفات الاجتماعية والنفسية	رقم العبارة	١	٢	٣	٤	٥	٦	٧	٨	٩
	تكرارها	٩	١١	٨	١١	١١	٩	٩	١٠	٨
	النسبة المئوية	٨١,٨٢%	١٠٠%	٧٢,٧٣%	١٠٠%	١٠٠%	٨١,٨٢%	٨١,٨٢%	٩٠,٠٩%	٧٢,٧٣%
	رقم العبارة	١٠	١١	١٢	١٣	١٤	١٥			
	تكرارها	١١	٨	١١	١٠	١١	٨			
	النسبة المئوية	١٠٠%	٧٢.٧٣%	١٠٠%	٩٠,٠٩%	١٠٠%	٧٢,٧٣%			
القدرات العقلية والمهارت الابداعية	رقم العبارة	١	٢	٣	٤	٥	٦	٧	٨	٩
	تكرارها	١١	١١	٩	٩	١٠	٨	١١	١١	٩
	النسبة المئوية	١٠٠%	١٠٠%	٨١,٨٢%	٨١,٨٢%	٩٠,٠٩%	٧٢,٧٣%	١٠%٠	١٠٠%	٨١,٨٢%
	رقم العبارة	١٠	١١	١٢	١٣	١٤				

		العبارات								
	تكرارها	٩	٩	١٠	٨	١١				
	النسبة المئوية	٨١,٨٢%	٨١.٨٢%	٩٠,٠٩%	٧٢,٧٣%	١٠٠%				
المستوى العلمى	رقم العبارة	١	٢	٣	٤	٥	٦	٧	٨	٩
	تكرارها	١١	٨	١١	١١	٩	٩	١٠	١١	٩
	النسبة المئوية	١٠٠%	٧٢,٧٣%	١٠٠%	١٠٠%	٨١,٨٢%	٨١,٨٢%	٩٠,٠٩%	١٠٠%	٨١,٨٢%
	رقم العبارة	١٠	١١				١٢		١٣	١٤
			أ	ب	ج	د	أ	ب		
	تكرارها	١١	١١	٩	٩	١٠	١١	٩	١٠	٨
	النسبة المئوية	١٠٠%	١٠٠%	٨١,٨٢%	٨١,٨٢%	٩٠,٠٩%	١٠٠%	٨١,٨٢%	٩٠,٠٩%	٧٢,٧٣%

يتضح من جدول (٢٦) ما يلى :

تراوحت النسبة المئوية لأراء السادة الخبراء فى عبارات استمارة احتياجات وظيفة اخصائى العلاقات العامة ما بين (٧٢,٧٣% : ١٠٠%) وبذلك حصلت جميع العبارات على نسبة ٧٠% فأكثر من مجموع أراء السادة الخبراء .

- الصدق الذاتى :

تم حساب الصدق الذاتى للاستمارة وذلك عن طريق إيجاد الجذر التربيعى لمعامل الثبات وهذا يفيد فى تحديد النهاية العظمى لمعاملات الصدق التجريبي والصدق العاملى بمعنى أن الحد الأعلى لمعامل الصدق لا يتجاوز صدقه الذاتى ، والجدول (٢٧) يوضح ذلك .

جدول (٢٧)
معاملات الصدق الذاتى لمحاور استمارة احتياجات وظيفة اخصائى العلاقات العامة (ن = ١٠)

المحاور	وحدة القياس	معامل الصدق الذاتى
الصفات الشخصية والبدنية	درجة	٠,٨٥
الصفات الاجتماعية والنفسية	درجة	٠,٨٨
القدرات العقلية والمهارت الإبداعية	درجة	٠,٩٣
المستوى العلمى	درجة	٠,٩٢

- قيمة (ر) الجدولية عند درجة حرية (٨) ومستوى دلالة (٠,٠٥) = ٠,٦٣٢

يتضح من جدول (٢٨) ما يلى :
ـ تراوحت معاملات الصدق الذاتى لمحاور استمارة احتياجات وظيفة أخصائى العلاقات العامة ما بين (٠,٨٥ : ٠,٩٢) وهى معاملات ارتباط دالة إحصائياً مما يشير إلى صدق الاستمارة .

٤ـ الثبات :

لحساب ثبات استمارة احتياجات وظيفة أخصائى العلاقات العامة قمنا باستخدام طريقة معامل ألفا كرونباخ وذلك على عينة قوامها (١٠) عشرة أخصائيين علاقات عامة من نفس عينة البحث (اخصائى العلاقات العامة الفئة الأولى) والجدول (٢٨) يوضح ذلك .

جدول (٢٨)
معاملات الثبات بطريقة معامل ألفا كرونباخ لمحاور استمارة
احتياجات وظيفة أخصائى العلاقات العامة (ن = ١٠)

المحاور	وحدة القياس	معامل ألفا
الصفات الشخصية والبدنية	درجة	٠,٧٢
الصفات الاجتماعية والنفسية	درجة	٠,٧٧
القدرات العقلية والمهارات الإبداعية	درجة	٠,٨٦
المستوى العلمى	درجة	٠,٨٥

- قيمة (ر) الجدولية عند درجة حرية (٨) ومستوى دلالة (٠,٠٥) = ٠,٦٣٢

يتضح من جدول (٢٨) ما يلى :

✓ تراوحت معاملات الثبات لمحاور استمارة احتياجات وظيفة أخصائى العلاقات العامة ما بين (٠,٧٢ : ٠,٨٥) وهى معاملات ارتباط دالة إحصائياً مما يشير إلى ثبات الاستمارة .

٥- التطبيق النهائى للاستمارة .

بعد أن توصلنا للصورة النهائية للاستمارة مرفق (١١) قام بتطبيقها على عينة البحث وقوامها (٢٢) أخصائى علاقات عامة (الفئة الأولى) بهدف التعرف على احتياجات وظيفة أخصائى العلاقات العامة بالهيئات الرياضية .

ولقد اخترنا العينة بالطريقة العمدية من الفئة الأولى وذلك باعتبارهم الفئة الأكثر خبرة فى هذا المجال .

المعالجات الإحصائية المستخدمة :

تم استخدام المعالجات الإحصائية التالية :

" المتوسط الحسابى ـ الوسيط ـ الانحراف المعيارى ـ معامل الالتواء ـ معامل الارتباط ـ اختبار (ت) ـ معامل السهولة ـ معامل الصعوبة ـ معامل التمييز ـ معادلة سبيرمان وبراون ـ معامل ألفا كرونباخ ـ مربع كا ـ النسبة المئوية " .

وقد ارتضينا مستوى دلالة عند مستوى (٠,٠٥) كما استخدمنا برنامج *Spss* لحساب بعض المعاملات الإحصائية .

الفصل الثالث
احتياجات أخصائى العلاقات العامة

أولاً : عرض النتائج :

ـ الإجابة على التساؤل الأول والذى ينص على :

- ما هى الجوانب المعرفية التى يجب أن تتوافر فى المقياس المعرفى ؟

ولقد تم الإجابة على هذا التساؤل من خلال الإجراءات والخطوات التى قمنا بها " الفصل الثاني " والتى تضمنت تقنين المقياس من حيث حساب معامل السهولة والصعوبة والتميز والصدق والثبات والتى يوضحها جدول (٥) ، (١٠) ، (١٥) ، (١٨) ، (١٩) ، (٢٠) ، (٢١)، كما يتضح من الجداول السابقة أننا توصل إلى الجوانب المعرفية التى يجب أن تتوفر لدى أخصائى العلاقات العامة بالهيئات الرياضية والتى يوضحها جدول (٤) وهى :

١- إدارة العلاقات العامة .
٢- فلسفة العلاقات العامة .
٣- الإدارة الرياضية .
٤- الرأى العام والجمهور.
٥- الحاسب الآلى.
٦- الثقافة الرياضية.
٧- المعلومات العامة.

ويعزونا ذلك إلى أن أخصائى العلاقات العامة بالهيئات الرياضية لابد أن تتوفر لديه مجموعة من الحصائل المعرفية حتى يتسنى له القيام بعمله على أكمل وجه وفى أحسن صورة وتتمثل هذه الحصائل فيما يلى :

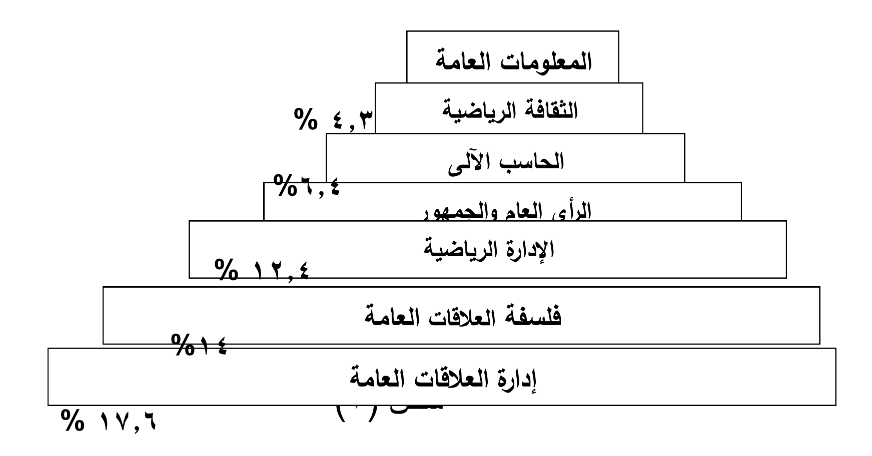
١- حصائل معرفية مرتبطة بمجال وعلوم العلاقات العامة وإلى تضمنتها محاور :
   - إدارة العلاقات العامة
   - فلسفة العلاقات العامة
   - الرأى العام والجمهور
٢- حصائل معرفية مرتبطة بالمجال الرياضى والتى تضمنتها محاور :
   - الإدارة الرياضية
   - الثقافة الرياضية

٣- حصـائل معرفيـة مرتبطـة ببعض الجوانـب الأخـرى والتـى تفيد أخصـائى العلاقات العامة فـى عملـه بالعلاقـات العامـة فـى الهيئـات الرياضـية والتـى تضمنتها محاور :

- علوم الحاسب الآلى
- المعلومات العامة

وهذا مـا يتفق مع دراسة أشرف صبحى ١٩٩٤م (٥) وعلـى عجوة ١٩٨٣م (٤٥) ومحمد منير حجاب ١٩٩٩م (٦٩) ومحمـود عسـاف ١٩٧٥م (٧١) حيث أشارت هذه الدراسات إلى أن أخصائى العلاقـات العامـة يجـب أن يكـون ذا خبـرة ودرايـة بكـل صـغيرة وكبيـرة فـى أعمـال منظمتـه وأن رجـل العلاقـات العامـة فـى الهيئـات الرياضـية لابـد أن يجمـع مـا بـين صـفات رجـل العلاقـات العامـة وبـين التأهيـل الفنـى فـى علـوم العلاقـات العامـة والإدارة الرياضـية كمـا أكدت هذه الدراسـات علـى أنـه بقدر مـا تتحقق هذه الشـروط والمواصفات فى أخصائى العلاقات العامة بالهيئـات الرياضـية بقدر مـا يمكن التنبؤ بمقدار النجاح الذى تحققه الهيئة أو المؤسسة التى يعمل بها .

كما توصلنا إلى تحديد الأهميـة النسبية للجوانـب المعرفيـة التـى يجب أن تتـوفر لـدى أخصـائى العلاقـات العامـة بالهيئـات الرياضـية والتـى يجـب أن يشملها المقياس المعرفـى لأخصـائى العلاقـات العامـة بالهيئـات الرياضـية عن طريق تحديد الأهمية النسبية لمحاور المقياس والعناصـر الفرعيـة لكـل محـور والتــى أوضــحها جـدول (٦) والشـكل التـالى يوضـح الترتيـب الهرمـى لهـذه الجوانب طبقاً لأهميتها النسبية .



الترتيب الهرمى للجوانب المعرفية التى يجب أن يشملها المقياس المعرفى لأخصائى العلاقات العامة بالهيئات الرياضية

ويتضح من شكل (٧)

- حصول محور إدارة العلاقات العامة على المستوى الأول بأهمية نسبية ٢٤%
- حصول محور فلسفة العلاقات العامة على المستوى الثانى بأهمية نسبية ٢١,٣%
- حصول محور الإدارة الرياضية على المستوى الثالث بأهمية نسبية ١٧,٦%
- حصول محور الرأى العام والجمهور على المستوى الرابع بأهمية نسبية ١٤%
- حصول محور الحاسب الآلى على المستوى الخامس بأهمية نسبية ١٢,٤%
- حصول محور الثقافة الرياضية على المستوى السادس بأهمية نسبية ٦,٤%
- حصول محور المعلومات العامة على المستوى السابع بأهمية نسبية ٤,٣%

ويعزونا ذلك إلى أن :

محور إدارة العلاقات العامة والذى يتضمن عناصر (الاتصال ـ بحوث العلاقات العامة ـ إدارة الأزمات) يعتبر من الأنشطة الرئيسية التى يجب أن تقوم بها إدارة العلاقات العامة فى الهيئات الرياضية لذلك جاءت فى المستوى الأول للجوانب المعرفية التى يجب أن يشملها المقياس .

وهذا ما يتفق مع دراسة إبراهيم إمام ١٩٦٨م (٢) وعلى عجوة ١٩٨٥م (٤٦) وممدوح بسيونى بيلى ١٩٩١م (٧٥) ونهاد العربى ٢٠٠١ م (٧٨) والتى أشارت إلى أن تحقيق الاتصالات الداخلية والخارجية وكذل إجراء البحوث يعتبروا من أكثر وظائف العلاقات العامة أهمية داخل الهيئات المختلفة .

كما أن إدارة العلاقات العامة بصفة عامة وأخصائى العلاقات العامة بصفة خاصة يقع على عاتقهم العبء الأكبر عند حدوث الأزمة خاصة وأن الأزمة رغم أنها مشكلة إدارية إلا أنها سرعان ما تتحول إلى حدث إعلامى حيث تهتم وسائل الإعلام بنقل أخبارها وهو ما يعرف بالرؤية الجماهيرية

لأعمال الهيئة أو المنظمة الأمر الذى يتطلب أن يكون أخصائى العلاقات العامة ملماً بفنون الإعلام والاتصال اللازمين للتعامل مع الأزمة .

وهذا ما يتفق مع دراسة كريمان محمد فريد ٢٠٠٢ م(٥٤) والتى أشارت إلى أن ممارس العلاقات العامة لابد أن يكون ملماً بالجوانب الإدارية والاتصالية التى تؤثر على كفاءة إدارة الأزمة من الناحية الإعلامية .

ثم يأتى فى المستوى الثانى محور فلسفة العلاقات العامة والتى يتشعب منه عناصر (تاريخ العلاقات العامة ـ مفهوم وأهداف العلاقات العامة) ونرى أن هذا المحور جاء فى هذا المستوى المتقدم حيث حصل على أهمية نسبية ٢١,٣% وهى نسبة تكاد تكون متقاربة مع نسبة المحور الأول وهى ٢٤% كذلك قد لاحظنا أثناء عرض المحاور على الخبراء مرفق (٤) اختلاف آراء بعض الخبراء من حيث تبادل ترتيب المحور الأول والثانى طبقاً للأهمية النسبية مما يدل على أهمية المحورين باعتبارهما جانبين أساسيين لعمل أخصائى العلاقات العامة .

ويعزونا ذلك إلى أن أخصائى العلاقات العامة لابد أن يكون ملماً بأهداف ومفهوم العلاقات العامة وقادراً على الفصل وتجاوز الخلط بين مفهوم العلاقات العامة وأهدافها ووظائفها والمصطلحات الأخرى كبيرة الشبه بمفهوم العلاقات العامة مثل الدعاية والإعلان والإعلام والتسويق حيث يتسنى له القيام بعمله على أكمل وجه خاصة وأن العلاقات العامة من المفاهيم التى تتصف تداخلها مع المفاهيم السابق ذكرها .

وهذا ما يتفق مع دراسة سوزان أحمد ١٩٩٣ م (٢٧) والتى أشارت إلى أن هناك قصور فى الدور الذى تلعبه إدارة العلاقات العامة داخل المؤسسات التعليمية وأرجعت سبب هذا القصور إلى نقص الوعى بمفهوم وأهداف العلاقات العامة والأسس العلمية للتخطيط لها لدى أخصائى العلاقات العامة.

وأشتمل المستوى الثالث على محور الإدارة الرياضة والذى يشمل عناصر (القوانين واللوائح المنظمة للهيئات الرياضية ـ طرق تنظيم وإدارة المسابقات الرياضية) بنسبة ١٧,٦% ويعتبر هذا المحور من المحاور التى حصلت على مستوى متقدم من المحاور السبعة خاصة وأنه يعتبر المحور الأول فى المحاور التى تناولت الحصائل المعرفية المرتبطة بالمجال الرياضى .

ويعزونا ذلك إلى ضرورة أن يكون أخصائى العلاقات العامة بالهيئات الرياضية ملماً بالقوانين واللوائح المنظمة لهذه الهيئات حتى يكون قادراً على تحقيق الاتصال بين هذه الهيئات على أكمل وجه حيث أنه من غير المعقول أن يقوم أخصائى العلاقات العامة بالعمل على تحقيق أهداف هذه الهيئات وهو لا يعى أو يدرك القوانين واللوائح المنظمة لها.

وهذا ما يتفق مع دراسة أشرف صبحى ١٩٩٤ م (٥) والتى أشارت إلى أن أخصائى العلاقات العامة فى الهيئات الرياضية لابد وأن يكون بجانب إلمامه بفنون العلاقات العامة أن يكون ملماً بطبيعة الهيئة التى يعمل بها خاصة وأن إلمام أخصائى العلاقات العامة بالنادى وتكوين أنشطته وطبيعة ممارستها أو بالاتحاد الرياضى وعلاقته بالاتحادات الأخرى وبباقى الهيئات الرياضية الأخرى وأهداف تكوينها كلها من متطلبات العمل بالعلاقات العامة فى الهيئات الرياضية .

أما العنصر الثانى وهو طرق تنظيم وإدارة المسابقات الرياضية وقد جاء بعد عنصر القوانين واللوائح طبقاً للأهمية النسبية للعناصر .

ويعزونا ذلك إلى أن طبيعة عمل أخصائى العلاقات العامة بالهيئات الرياضية تتطلب أن يكون ملماً بطرق تنظيم وإدارة المسابقات الرياضية خاصةً وأن أخصائى العلاقات العامة يعتبر المتحدث الرسمى باسم المنظمة التى يعمل بها وبالتالى يقطع على عاتقه العبء الإعلامى لهذه الهيئة عن كل أنشطتها أمام جماهيرها . كما أن من واجبات أخصائى العلاقات العامة تحقيق الاتصال بين جماهير الهيئة ومن الممكن أن يتم ذلك عن طريق الترويح الرياضى داخل هذه الهيئة الأمر الذى يتطلب منه معرفة طرق تنظيم وإدارة المسابقات الرياضية .

وهذا ما يتفق مع دراسة سعيد العربى ٢٠٠٣م (٢٣) والتى أشارت إلى أن خريجى كليات التربية الرياضية العاملين بالعلاقات العامة أكثر قدرة من خريجى الكليات المختلفة على نشر الترويح الرياضى داخل الهيئات المختلفة وهذا ما يدل على ضرورة إلمامهم بفنون الإدارة الرياضية .

أما المستوى الرابع فقد أشتمل على محور الرأى العام والجمهور والذى حصل على نسبة ١٤% طبقاً للأهمية النسبية للمحاور ونرى حصول هذا المحور على مستوى غير متقدم خاصة وأننا كن متوقعين أن يأخذ هذا المحور مستوى أعلى نظراً لأهمية دراسة الرأى العام والجمهور فى مجال العلاقات العامة والذى يتفق مع دراسة طاهر مرسى عطية ١٩٩٤م (٢٩)

وعلى الباز (٤٣) والتى أشارت إلى ضرورة دراسة الرأى العام والجمهور للعاملين بالعلاقات العامة باعتبار أن الهدف الاسمى للعلاقات العامة هو الاتصال بالجمهور .

ونفسر ذلك بأنه نظراً لأهمية المحاور الثلاثة الأوائل لعمل أخصائى العلاقات العامة بالهيئات الرياضة أدى إلى أن يكون محور الرأى العام والجمهور فى المستوى الرابع وأن كان الفرق غير كبير فى الأهمية النسبية بين المستوى الثالث والذى حصل على نسبة ١٧,٦ % والمستوى الرابع والذى حصل على نسبة ١٤% مما يدل على أهمية المحورين والذى أكده أيضاً تبادل آراء الخبراء على ترتيب المحور الثالث والرابع والذى لاحظنها عند إجراء الدراسات الاستطلاعية . كما نرى أن تقارب النسبة المئوية لآراء الخبراء على المحاور الأربعة والتى تراوحت ما بين ١٤% : ٢٤% دليل على أهمية هذه المحاور لعمل أخصائى العلاقات العامة بالهيئات الرياضية .

والمستوى الخامس فقد أشتمل على محور الحاسب الآلى وقد حصل على نسبة ١٢,٤ % طبقاً للأهمية النسبية لمحاور المقياس وأشتمل على عنصر (*Office – windows- net*) .

ويعزونا ذلك إلى أن أخصائى العلاقات العامة بالهيئات الرياضية لابد أن يكون ملماً بعلوم الحاسب الآلى باعتباره أحدث وسائل الاتصال داخل الهيئات المختلفة خاصة وأن من مظاهر العصر الحديث وثروة الاتصالات أن يكون لكل هيئة أو منظمة موقعاً خاصاً بها على شبكة المعلومات الدولية ويحتوى هذا الموقع كل ما يتعلق بهذه الهيئة ومن هنا كان أولى الأفراد بإنشاء هذا الموقع هو أخصائى العلاقات العامة باعتباره أكثرهم خبرة على تحقيق هذا الاتصال الإعلامى وبالتالى لابد أن يكون ملماً بعلوم وبرامج الحاسب الآلى . وهذا ما يتفق مع دراسة كريمان فريد وسلوى العواولى ١٩٩٨م (٥٣) والتى أشارت إلى أنه من أهم شروط اختيار العاملين فى مجال العلاقات العامة دراسة الحاسب الآلى . ثم جاء فى المستوى السادس محور الثقافة الرياضية بنسبة ٦,٤% والذى يشمل على عناصر (تاريخ وأحداث رياضية ـ مصطلحات ورموز ومعارف رياضية) . ويعزونا ذلك إلى أن أخصائى العلاقات العامة بالهيئات الرياضية لابد أن يتمتع بدرجة عالية من الثقافة الرياضية خاصة وأن معرفة أخصائى العلاقات العامة بالتاريخ الرياضى وبالمصطلحات والرموز الرياضية تجعله قادراً على تحقيق الاتصال الفعال داخل وخارج الهيئات الرياضية وكذلك القيام بعمله على أكمل

وجـه وفـى أحسـن صـورة . ويـأتى فـى المسـتوى السـابع والأخيـر محـور المعلومـات العامـة بنسـبة ٤,٣ % طبقـاً للأهميـة النسـبية لمحـاور المقيـاس ويعزونا ذلك إلى أنه مما لا شك فيه أن أخصائى العلاقات العامة فى الهيئات الرياضية أكثر الناس احتكاكاً بالجماهير الخارجية للمنظمة الأمر الذى يتطلب ضرورة أن يظهر بالمظهر اللائق الذى يتمتع بدرجة عالية من الثقافة فى مختلف المجـالات وكـذلك عمـل أخصـائى العلاقـات العامـة وإشـرافه علـى البعثـات الرياضـية الداخليـة والخارجيـة تتطلـب ضـرورة إلمامـه بالمعلومـات والمعـارف المرتبطـة بـالبلاد والأمـاكن التـى يسـافر إليهـا كمعرفتـه بعملاتهـا وعواصمها وأعلامها ورؤسائها . مما يسهل له القيام بعمله بكفاءة عالية .

- الإجابة على التساؤل الثانى والذى ينص على :

جدول (٢٩)

نقاط القوة والضعف فى الجوانب المعرفية التى يقيسها المقياس لدى اخصائى العلاقات العامة فى الهيئات الرياضية فى محور إدارة العلاقات العامة (ن= ٥٠)

المحور		الفئة الأولى		الفئة الثانية		الفئة الثالثة		العينة ككل	
		النسبة المئوية %	التقدير	النسبة المئوية %	التقدير	النسبة المئوية %	التقدير	النسبة المئوية %	التقدير
إدارة العلاقات العامة	الاتصال	٥٨,٨٢	مقبول	٦٢,٥٠	مقبول	٤٠,٠٠	ضعيف	٥٦,٧٥	مقبول
	بحوث العلاقات العامة	٤٣,٥٣	ضعيف	٤٦,٠٩	ضعيف	٤٤,٠٠	ضعيف	٤٤,٨٠	ضعيف
	إدارة الأزمات	٥٥,٨٨	مقبول	٤٤,٩٣	ضعيف	٤٣,٣٣	ضعيف	٤٨,٣٣	ضعيف
	الدرجة الكلية للمحور	٥٣,٨٧	مقبول	٥٢,٦٣	مقبول	٤٢,١١	ضعيف	٥٠,٩٥	مقبول

يتضح من جدول (٢٩) ما يلى :

- ✓ حصول أخصائى العلاقات العامة بالفئة الأولى على مستوى (مقبول) فى عناصر" الاتصال - إدارة الأزمات " ، وعلى مستوى (ضعيف) فى عنصر "بحوث العلاقات العامة " ، وعلى مستوى (مقبول) فى " الدرجة الكلية للمحور " .
- ✓ حصول أخصائى العلاقات العامة بالفئة الثانية على مستوى (مقبول) فى عنصر " الاتصال " ، وعلى مستوى (ضعيف) فى محاور " بحوث العلاقات العامة
- ✓ حصول أخصائى العلاقات العامة بالفئة الثالثة على مستوى (ضعيف) فى جميع العناصر وهى " الاتصال - بحوث العلاقات العامة - إدارة الأزمات " وعلى مستوى (ضعيف) فى " الدرجة الكلية للمحور " .
- ✓ حصول أخصائى العلاقات العامة " العينة الكلية " على مستوى (مقبول) فى عنصر "الاتصال " ، وعلى مستوى (ضعيف) فى عناصر " بحوث العلاقات العامة- إدارة الأزمات" ، وعلى مستوى (مقبول) فى "الدرجة الكلية للمحور " .

جدول (٣٠)

نقاط القوة والضعف فى الجوانب المعرفية التى يقيسها المقياس لدى اخصائى العلاقات العامة فى الهيئات الرياضية فى محور فلسفة العلاقات العامة (ن= ٥٠)

المحور		الفئة الأولى		الفئة الثانية		الفئة الثالثة		العينة ككل	
		النسبة المئوية %	التقدير	النسبة المئوية %	التقدير	النسبة المئوية %	التقدير	النسبة المئوية %	التقدير
فلسفة العلاقات العامة	تاريخ وتطور العلاقات العامة	٤٢,٣٥	ضعيف	٤٠,٨٧	ضعيف	٣٦,٠٠	ضعيف	٤٠,٤٠	ضعيف
	مفهوم وأهداف العلاقات العامة	٦٩,٥٢	جيد	٦٠,٤٧	مقبول	٤٢,٧٣	ضعيف	٦٠,٠٠	مقبول

	الدرجة الكلية للمحور	٦١,٠٣	مقبول	٥٤,٣٥	مقبول	٤٠,٦٣	ضعيف	٥٣,٨٨	مقبول

يتضح من جدول (٣٠) ما يلى :

- ✓ حصول أخصائى العلاقات العامة بالفئة الأولى على مستوى (جيد) فى عنصر" مفهوم وأهداف العلاقات العامة " وعلى مستوى (ضعيف) فى عنصر " تاريخ وتطور العلاقات العامة " ، وعلى مستوى (مقبول) فى " الدرجة الكلية للمحور " .
- ✓ حصول أخصائى العلاقات العامة بالفئة الثانية على مستوى (مقبول) فى عنصر " مفهوم وأهداف العلاقات العامة " ، وعلى مستوى (ضعيف) فى عنصر " تاريخ وتطور العلاقات العامة " ، وعلى مستوى (مقبول) فى "الدرجة الكلية للمحور " .
- ✓ حصول أخصائى العلاقات العامة بالفئة الثالثة على مستوى (ضعيف) فى جميع العناصر وهى " تاريخ وتطور العلاقات العامة- مفهوم وأهداف العلاقات العامة " ، وعلى مستوى (ضعيف) فى " الدرجة الكلية للمحور " .
- ✓ حصول أخصائى العلاقات العامة " العينة الكلية " على مستوى (مقبول) فى عنصر " مفهوم وأهداف العلاقات العامة " ، وعلى مستوى (ضعيف) فى عنصر " تاريخ وتطور العلاقات العامة " ، وعلى مستوى (مقبول) فى "الدرجة الكلية للمحور " .

جدول (٣١)
نقاط القوة والضعف فى الجوانب المعرفية التى يقيسها المقياس
لدى اخصائى العلاقات العامة فى الهيئات الرياضية
فى محور الإدارة الرياضية (ن= ٥٠)

المحور		الفئة الأولى		الفئة الثانية		الفئة الثالثة		العينة ككل	
		النسبة المئوية %	التقدير	النسبة المئوية %	التقدير	النسبة المئوية %	التقدير	النسبة المئوية %	التقدير
الإدارة الرياضية	القوانين واللوائح المنظمة للهيئات الرياضية	٦٩,٢٨	جيد	٥٨,٩٤	مقبول	٤٣,٣٣	ضعيف	٥٩,٣٣	مقبول
	طرق تنظيم وإدارة المسابقات الرياضية	٦١,١٨	مقبول	٤٦,٩٦	ضعيف	٤٤,٠٠	ضعيف	٥١,٢٠	مقبول
	الدرجة الكلية للمحور	٦٦,٣٩	جيد	٥٤,٦٦	مقبول	٤٣,٥٧	ضعيف	٥٦,٤٣	مقبول

يتضح من جدول (٣١) ما يلى :

- ✓ حصول أخصائى العلاقات العامة بالفئة الأولى على مستوى (جيد) فى عنصر " القوانين واللوائح المنظمة للهيئات الرياضية " ، وعلى مستوى (مقبول) فى عنصر " طرق تنظيم وإدارة المسابقات الرياضية " ، وعلى مستوى (جيد) فى " الدرجة الكلية للمحور " .
- ✓ حصول أخصائى العلاقات العامة بالفئة الثانية على مستوى (مقبول) فى عنصر " القوانين واللوائح المنظمة للهيئات الرياضية " ، وعلى مستوى (ضعيف) فى عنصر " طرق تنظيم وإدارة المسابقات الرياضية " ، وعلى مستوى (مقبول) فى " الدرجة الكلية للمحور " .
- ✓ حصول أخصائى العلاقات العامة بالفئة الثالثة على مستوى (ضعيف) فى جميع العناصر وهى " القوانين واللوائح المنظمة للهيئات الرياضية ـ

طرق تنظيم وإدارة المسابقات الرياضية " ، وعلى مستوى (ضعيف) فى " الدرجة الكلية للمحور " .

- ✓ حصول أخصائى العلاقات العامة " العينة الكلية " على مستوى (مقبول) فى جميع العناصر وهى " القوانين واللوائح المنظمة للهيئات الرياضية - طرق تنظيم وإدارة المسابقات الرياضية " ، وعلى مستوى (مقبول) فى " الدرجة الكلية للمحور " .

جدول (٣٢)

نقاط القوة والضعف فى الجوانب المعرفية التى يقيسها المقياس
لدى اخصائى العلاقات العامة فى الهيئات الرياضية
فى محور الحاسب الآلى (ن= ٥٠)

المحور		الفئة الأولى		الفئة الثانية		الفئة الثالثة		العينة ككل	
		النسبة المئوية %	التقدير	النسبة المئوية %	التقدير	النسبة المئوية %	التقدير	النسبة المئوية %	التقدير
الحاسب الالى	net	٥٥,٨٨	مقبول	٧١,٧٤	جيد	٧٢,٥٠	جيد	٦٦,٥٠	جيد
	wind	٥٨,٨٢	مقبول	٧٣,٩١	جيد	٧٠,٠٠	جيد	٦٨,٠٠	جيد
	offic	٤٥,١٠	ضعيف	٤٢,٠٣	ضعيف	٦٠,٠٠	مقبول	٤٦,٦٧	ضعيف
	الدرجة الكلية للمحور	٥٢,٩٤	مقبول	٦٢,٣٢	مقبول	٦٧,٧٨	جيد	٦٠,٢٢	مقبول

يتضح من جدول (٣٢) ما يلي :

- ✓ حصول أخصائى العلاقات العامة بالفئة الأولى على مستوى (مقبول) فى عناصر" *wind - net* " ، وعلى مستوى (ضعيف) فى عنصر " *office* " ، وعلى مستوى (مقبول) فى" الدرجة الكلية للمحور " .
- ✓ حصول أخصائى العلاقات العامة بالفئة الثانية على مستوى (جيد) فى عناصر " *wind - net* " ، وعلى مستوى (ضعيف) فى عنصر " *office* " ، وعلى مستوى (مقبول) فى " الدرجة الكلية للمحور " .
- ✓ حصول أخصائى العلاقات العامة بالفئة الثالثة على مستوى (جيد) فى عناصر " *win - net* " ، وعلى مستوى (مقبول) فى عنصر " *office* " ، وعلى مستوى (جيد) فى " الدرجة الكلية للمحور " .
- ✓ حصول أخصائى العلاقات العامة " العينة الكلية " على مستوى (جيد) فى عناصر " *wind - net* " ، وعلى مستوى (ضعيف) فى عنصر " *office* " ، وعلى مستوى (مقبول) فى " الدرجة الكلية للمحور " .

جدول (٣٣)
نقاط القوة والضعف فى الجوانب المعرفية التى يقيسها المقياس
لدى اخصائى العلاقات العامة فى الهيئات الرياضية
فى محور الثقافة الرياضية (ن= ٥٠)

المحور		الفئة الأولى		الفئة الثانية		الفئة الثالثة		العينة ككل	
		النسبة المئوية %	التقدير	النسبة المئوية %	التقدير	النسبة المئوية %	التقدير	النسبة المئوية %	التقدير
الثقافة الرياضية	مصطلحات ورموز ومعارف رياضية	٦٩,٤١	جيد	٥٢,١٧	مقبول	٥٤,٠٠	مقبول	٥٨,٤٠	مقبول
	تاريخ وأحداث رياضية	٦١,٧٦	مقبول	٤١,٣٠	ضعيف	٤٠,٠٠	ضعيف	٤٨,٠٠	ضعيف
	الدرجة الكلية للمحور	٦٧,٢٣	جيد	٤٩,٠٧	ضعيف	٥٠,٠٠	مقبول	٥٥,٤٣	مقبول

يتضح من جدول (٣٣) ما يلى :

- ✓ حصول أخصائى العلاقات العامة بالفئة الأولى على مستوى (جيد) فى عنصر " مصطلحات ورموز ومعارف رياضية " ، وعلى مستوى (مقبول) فى عنصر " تاريخ وأحداث رياضية " ، وعلى مستوى (جيد) فى الدرجة الكلية للمحور.
- ✓ حصول أخصائى العلاقات العامة بالفئة الثانية على مستوى (مقبول) فى عنصر "مصطلحات ورموز ومعارف رياضية " ، وعلى مستوى (ضعيف) فى عنصر " تاريخ وأحداث رياضية " وعلى مستوى (ضعيف) فى الدرجة الكلية للمحور.
- ✓ حصول أخصائى العلاقات العامة بالفئة الثالثة على مستوى (مقبول) فى عنصر "مصطلحات ورموز ومعارف رياضية " ، وعلى مستوى (ضعيف) فى عنصر " تاريخ وأحداث رياضية " وعلى مستوى (مقبول) فى الدرجة الكلية للمحور.

جدول (٣٤)

نقاط القوة والضعف فى الجوانب المعرفية التى يقيسها المقياس لدى اخصائى العلاقات العامة فى الهيئات الرياضية فى محور الراى العام والجمهور (ن= ٥٠)

المحور	الفئة الأولى		الفئة الثانية		الفئة الثالثة		العينة ككل	
	النسبة المئوية %	التقدير	النسبة المئوية %	التقدير	النسبة المئوية %	التقدير	النسبة المئوية %	التقدير
الراى العام والجمهور	٤٣,٦٣	ضعيف	٤٦,٠١	ضعيف	٤٥,٨٣	ضعيف	٤٥,١٧	ضعيف

يتضح من جدول (٣٤) ما يلى :

- ✓ حصول أخصائى العلاقات العامة بالفئة الأولى على مستوى (ضعيف) فى محور" الرأى العام والجمهور ".
- ✓ حصول أخصائى العلاقات العامة بالفئة الثانية على مستوى (ضعيف) فى محور" الرأى العام والجمهور ".
- ✓ حصول أخصائى العلاقات العامة بالفئة الثالثة على مستوى (ضعيف) فى محور" الرأى العام والجمهور ".
- ✓ حصول أخصائى العلاقات العامة " العينة الكلية " على مستوى (ضعيف) فى محور" الرأى العام والجمهور ".

جدول (٣٥)

نقاط القوة والضعف فى الجوانب المعرفية التى يقيسها المقياس لدى اخصائى العلاقات العامة فى الهيئات الرياضية فى محور المعلومات العامة (ن= ٥٠)

المحور	الفئة الأولى		الفئة الثانية		الفئة الثالثة		العينة ككل	
	النسبة المئوية %	التقدير	النسبة المئوية %	التقدير	النسبة المئوية %	التقدير	النسبة المئوية %	التقدير
المعلومات العامة	٧٢,٠٦	جيد	٧٠,٦٥	جيد	٦٧,٥٠	جيد	٧٠,٥٠	جيد

يتضح من جدول (٣٥) ما يلى :

- ✓ حصول أخصائى العلاقات العامة بالفئة الأولى على مستوى (جيد) فى محور" المعلومات العامة ".
- ✓ حصول أخصائى العلاقات العامة بالفئة الثانية على مستوى (جيد) فى محور" المعلومات العامة ".
- ✓ حصول أخصائى العلاقات العامة بالفئة الثالثة على مستوى (جيد) فى محور" المعلومات العامة ".
- ✓ حصول أخصائى العلاقات العامة " العينة الكلية " على مستوى (جيد) فى محور" المعلومات العامة ".

جدول (٣٦)

نقاط القوة والضعف فى الجوانب المعرفية التي يقيسها المقياس لدى أخصائي

العلاقات العامة فى الهيئات الرياضية لدى فئات عينة البحث(ن= ٥٠)

العينة	الفئة الأولى		الفئة الثانية		الفئة الثالثة		العينة ككل	
	النسبة المئوية %	التقدير	النسبة المئوية %	التقدير	النسبة المئوية %	التقدير	النسبة المئوية %	التقدير
المقياس ككل	٥٧,٨٨	مقبول	٥٤,٠٠	مقبول	٤٧,٤١	ضعيف	٥٤,٠٠	مقبول

يتضح من جدول (٣٦) ما يلي :

- ✓ حصول أخصائي العلاقات العامة بالفئة الأولى على مستوى (مقبول) فى المقياس المعرفى .
- ✓ حصول أخصائي العلاقات العامة بالفئة الثانية على مستوى (مقبول) فى المقياس المعرفى .
- ✓ حصول أخصائي العلاقات العامة بالفئة الثالثة على مستوى (ضعيف) فى المقياس المعرفى .
- ✓ حصول أخصائي العلاقات العامة " العينة الكلية "على مستوى (مقبول) فى المقياس المعرفى .

من خلال جدول (٢٩) ، (٣٠) ، (٣١) ، (٣٢) ، (٣٣) ، (٣٤) ، (٣٥) يتضح : حصول أخصائى العلاقات العامة (الفئة الأولى) على مستوى جيد فى عناصر (مفهوم وأهداف العلاقات العامة ـ القوانين واللوائح المنظمة للهيئات الرياضية ، مصطلحات ورموز ومعارف رياضية ، المعلومات العامة).

ويعزونا ذلك إلى زيادة الحصائل المعرفية لدى أخصائى العلاقات العامة بالهيئات الرياضية فى هذه الفئة حيث أن عملهم فى هذا المجال لفترة تتراوح ما بين ١٤ : ٢٠ سنة قد أكسبهم خبرة فى بعض مجالات العلاقات العامة فى المجال الرياضى فأصبحوا قادرين على استيعاب وفهم المقصود بمفهوم وأهداف العلاقات العامة فى المجال الرياضى كما أن الهيئات الرياضية تقوم بإعطاء دورات للعاملين فى الهيئات الرياضية تتعلق بالقوانين واللوائح المنظمة للهيئات الرياضية حتى يتسنى لهم العمل بها على أكمل وجه وفى أحسن صورة . هذا بجانب أن عملهم كأخصائى علاقات عامة بالهيئات الرياضية قد أكسبهم خبرة بالمصطلحات والرموز الأكثر استخداماً وانتشاراً فى المجال الرياضى .

كما حصل أخصائى العلاقات العامة (الفئة الأولى) على مستوى مقبول فى عناصر (الاتصال ، إدارة الأزمات ، طرق تنظيم وإدارة المسابقات الرياضية *Windows* ، *Net* ، تاريخ وأحداث رياضية) .

ويعزونا هذا القصور إلى أن أخصائى العلاقات العامة بالهيئات الرياضية يستخدمون أدوات ووسائل الاتصال دون فهم أو وعى لفلسفة الاتصال كما أنهم يستخدمون الوسائل التقليدية وليس لديهم القدرة على اختيار الوسائل المناسبة للاتصال نظراً لنقص الوعى الناتج عن نقص التدريب على فنون الاتصال . كما أن القصور فى عنصر طرق تنظيم وإدارة المسابقات الرياضية قد يكون ناتجاً عن أن أخصائى العلاقات العامة بالهيئات الرياضية يعتبرونه بعيداً عن مجالهم وأن استخدامهم لهذا العنصر يكون بصورة سطحية باعتباره بعيداً عن مجال العلاقات العامة .

ويعزونا القصور فى عنصر *windows, net* أنه قد يكون ناتجاً عن حصولهم على دورات تدريبية فى هذا المجال ولكن دون ممارسة حقيقية فى مجال العمل خاصة وأننا قد توصل من خلال المقابلة الشخصية مع بعض أخصائى العلاقات العامة بالفئة الأولى إلى أن اجتياز دورة فى الحاسب الآلى يعتبر واحداً من شروط الترقي للدرجة الأعلى وبالتالى يكون هذا هو الهدف من الحصول على هذه الدورات مما ينعكس بصورة سلبية على إجادتهم للحاسب الآلى . أما عن حصول الفئة الأولى على مستوى بقبول فى عنصر التاريخ وأحداث رياضية فقد يكون ناتج عن اكتسابهم لجزء بسيط فقط من المعلومات عن هذا العنصر عن طريق الخبرة فى مجال الهيئات الرياضية وبالتالى كان مستواهم فى هذا الجانب يقترب من المتوسط .

كما حصل أخصائى العلاقات العامة (الفئة الأولى) على مستوى ضعيف فى عناصر (البحوث - تاريخ العلاقات العامة - *Office* - الرأى العام) .

ويعزونا ذلك إلى أن إدارة العلاقات العامة فى الهيئات الرياضية نادراً ما تلجأ إلى إجراء بحوث العلاقات العامة بأنواعها المختلفة هذا بجانب النقص فى الإعداد الأكاديمى لأخصائى العلاقات العامة فى مجال البحوث وهذا ما يتفق مع دراسة ريان ومارتنسون *Ryan, Martinson* ١٩٩٠م (٩١) والتى أشارت إلى ضرورة الاهتمام بتدريب وتعليم الطلاب كيفية استخدام المهارات البحثية حتى يتسنى لهم العمل فى مجال العلاقات العامة .

كما يعزونا حصولهم على مستوى ضعيف فى عنصر تاريخ العلاقات العامة نظراً لأنهم يعتبرون أن الجانب التاريخى ليس له فائدة فى مجال العمل وبالتالى فهم لا يسعوا إلى زيادة الوعى بهذا الجانب .

وهذا ما يتفق مع دراسة عادل كمال ٢٠٠٢ م (٣٥) والتى أوضحت أن هناك قصوراً شديداً فى الجانب التاريخى لدى المدربين باعتباره بعيداً عن مجال المهنة .

كما يعزونا حصولهم على مستوى ضعيف فى عنصر برامج *office* إلى أن برامج office تعتبر من البرامج الأكثر تخصصاً فى مجال علوم الحاسب الآلى وتتطلب الحصول على دورات متعددة بجانب الممارسة الفعلية والمستمرة وهذا ما ينقص أخصائى العلاقات العامة بالفئة الأولى . كما يعزونا حصولهم على مستوى ضعيف فى محور الرأى العام والجمهور إلى أن أغلب العاملين فى مجال العلاقات العامة لم يتناولوا هذا الجانب سواء بالدراسة أو الدورات التدريبية مما ينعكس بصورة سلبية على مستواهم المعرفى في هذا المجال .

كما يتضح حصول أخصائى العلاقات العامة (الفئة الثانية) على مستوى جيد فى عناصر (*windows-net* ، المعلومات العامة) ويعزونا ذلك إلى اهتمام أخصائى العلاقات العامة بالدورات التدريبية فى مجال الحاسب الآلى بجانب أن أخصائى العلاقات العامة بالفئة الثانية قد يتطلب عملهم استخدام الحاسب الآلى وبالتالى يكونوا قد جمعوا بين الدراسة والممارسة العملية مما أكسبهم خبرة فى هذا المجال. كما يعزونا حصولهم على مستوى جيد فى محور المعلومات العامة إلى أنه قد يكون شرطاً من شروط الالتحاق بهذه الوظيفة عند التقدم إليها أن يجتاز المقابلة الشخصية

والتي كان من ضمن أسئلتها مجموعة من أسئلة المعلومات العامة هذا بجانب أن الأسئلة التى تضمنها المقياس المعرفى يمكن الإجابة عليها من خلال الخبرة المكتسبة من العمل فى مجال العلاقات العامة .

حصول أخصائى العلاقات العامة (الفئة الثانية) على مستوى مقبول فى عناصر (الاتصال ، مفهوم العلاقات العامة ، القوانين واللوائح المنظمة للهيئات الرياضية ، مصطلحات ورموز ومعارف رياضية) ونرى أن هذا المستوى يعتبر مستوى متوسطاً ويعزونا حصولهم على هذا المستوى فى محور الاتصال ومفهوم العلاقات العامة إلى الخبرة المكتسبة فى مجال العلاقات العامة مما جعلهم قادرين على استيعاب الجانب المعرفى المتعلق بهذين العنصرين ولكن بصورة سطحية .

هذا بجانب افتقادهم للأعداد الأكاديمى والمهنى فى هذا المجال ، وكذلك حصولهم على هذا المستوى فى عنصر القوانين واللوائح المنظمة للهيئات الرياضية والمصطلحات والرموز والمعارف الرياضية والمناهج عن الخبرة المكتسبة من العمل فى الهيئات الرياضية .

وحصول أخصائى العلاقات العامة (الفئة الثانية) على مستوى ضعيف فى عناصر (بحوث العلاقات العامة - إدارة الأزمات-- طرق تنظيم وإدارة المسابقات - برامج *Office* ، الرأى العام) ويعزونا وذلك إلى تجاهل القائمين على الدورات التدريبية فى مجال العلاقات العامة إلى هذه العناصر ، خاصة وأن مجال البحوث فى العلاقات العامة من المجالات التى تحتاج إلى إعداد أكاديمى خاص وكذلك دراسة الرأى العام والجمهور باعتبارها من أهم مجالات العمل فى العلاقات العامة .

حصول أخصائى العلاقات العامة (الفئة الثالثة) على مستوى جيد فى عناصر *windows-net* المعلومات العامة ، وقد لاحظنا تفوق الفئة الثالثة فى محور الحاسب الآلى ، ويعزونا ذلك إلى أن أخصائى العلاقات العامة بالفئة الثالثة حديثى التخرج وقد يكون أغلب هذه الفئة دارساً لمادة الحاسب الآلى أثناء الدراسة الجامعية أو حاصلاً على دورات تدريبية فى هذا المجال باعتبار أن شروط الالتحاق بالعمل فى العصر الحديث فى مختلف المجالات بصفة عامة والعلاقات العامة بصفة خاصة تتطلب الحصول على دورات تدريبية فى علوم الحاسب الآلى . كما أننا توصل من خلال المقابلة الشخصية مع أخصائى العلاقات العامة بالفئة الثالثة إلى أنه بالفعل كان من ضمن شروط الالتحاق بوظيفة أخصائى علاقات عامة هو اجتياز امتحان فى

الحاسب الآلى والمعلومات العامة مما يوضع أسباب تفوق الفئة الثالثة وحصولها على مستوى جيد فى عناصر الحاسب الآلى والمعلومات العامة .

حصول أخصائى العلاقات العامة (الفئة الثالثة) على مستوى مقبول فى عناصر *Office* مصطلحات ورموز ومعارف رياضية ، ويعزونا حصول أخصائى العلاقات العامة على مستوى مقبول فى برامج *Office* رغم حصولهم على مستوى جيد فى عناصر *windows – net* إلى أن برامج *Office* من البرامج الأكثر تخصصاً فى برامج الحاسب الآلى وقد يكون استخدامهم لبرامج الـ *Office* فى مجال العلاقات العامة استخداماً سطحياً متمثلاً فى برنامج *word* فقط ، ومتجاهلاً لباقى برامج *office* مثل برنامج *excel* وبرنامج *powerpoint* والتى تضمنتها أسئلة المقياس مما أدى إلى حصولهم على هذا المستوى المتوسط فى هذا العنصر .

كما يعزونا حصولهم على هذا المستوى فى عنصر المصطلحات والرموز والمعارف الرياضية إلى الخبرة المكتسبة من العمل بالهيئات الرياضية . كما أنهم يعتبروا من فئة الشباب الممارسين للرياضة وبالتالى فإن هذه الممارسة قد تكون أكسبتهم خبرة أو معلومات تتعلق بالمصطلحات والرموز والمعارف الرياضية .

حصول أخصائى العلاقات العامة (الفئة الثالثة) على مستوى ضعيف فى محاور (إدارة العلاقات العامة ـ فلسفة العلاقات العامة ، الإدارة الرياضية ، الرأى العام والجمهور) وعنصر تاريخ وأحداث رياضية .

ويعزونا ذلك إلى عدم اهتمام القائمين على الدورات التدريبية فى مجال العلاقات العامة فى الهيئات الرياضية بإجراء دورات تدريبية فى المجالات السابقة مما نتج عنه هذا القصور الشديد .

كما أن أخصائى العلاقات العامة (الفئة الثالثة) تتراوح أعمارهم الوظيفية ما بين ١ : ٨ سنوات مما يجعلهم مفتقدين لعنصر الخبرة فى مجال العلاقات العامة بالهيئات الرياضية .

كما يتضح من الجدول (٣٦)

- حصول أخصائى العلاقات العامة بالفئة (الأولى ، الثانية) على مستوى مقبول فى المقياس ككل .
- حصول أخصائى فى العلامات العامة (الفئة الثانية) على مستوى ضعيف فى المقياس ككل.

ونرى أن هذه النتيجة توضح القصور الشديد فى الجوانب المعرفية لأخصائى العلاقات العامة بالهيئات الرياضية ويعزونا ذلك إلى :

- عدم التركيز على المستوى العلمى عند اختبار العاملين فى مجال العلاقات العامة والاهتمام بالصفات الشخصية فقط وهذا ما ينفق مع دراسة أشرف صبحى ١٩٩٤م (٥) وعلى عجوة ١٩٨٥م (٤٦) ومحمود عساف ١٩٧٥م(٧١) والتى أشارت إلى ضرورة الاهتمام بالمستوى العلمى بجانب الصفات الشخصية عند اختبار العاملين فى مجال العلاقات العامة .
- عدم اهتمام القائمين على الدورات التدريبية ودورات الأعداد الصقل بالجوانب المعرفية التى تضمنها المقياس والنظر إلى وظيفة أخصائى العلاقات العامة نظرة سطحية وهذا ما يتفق مع دراسة نهاد العربى ٢٠٠١م (٧٨) والتى أشارت إلى أن الدورات التدريبية التى تعطى لأخصائى العلاقات العامة تعطى على فترات متباعدة كما أنها بعيدة عن صميم عمل العلاقات العامة .

وكذلك دراسة ممدوح بسيونى بيلى ١٩٩١م (٧٥) والتى أوضحت أن وظيفة أخصائى العلاقات العامة فى مصر فى المؤسسات الصحفية تعانى نقصا شديدًا فى أعداد العاملين بها .

ـ الإجابة على التساؤل الثالث والذى ينص على :

- ✓ هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الدارسين وغير الدارسين للعلاقات العامة فى المقياس المعرفى ؟

جدول (٣٧)

دلالة الفروق بين الدارسين وغير الدارسين لمادة العلاقات العامة فى المقياس المعرفى (ن = ٥٠)

المحور		الدارسين (ن =٣٠)		غير الدارسين (ن = ٢٠)		متوسط الفروق	قيمة ت	مستوى الدلالة	فى اتجاه
		م	ع	م	ع				
إدارة العلاقات	الاتصال	٥,٥٠	١,٣٣	٣,١٠	٠,٧٩	٢,٤٠	٧,١٢	دال	الدارسين
	البحوث	٢,٣٠	٠,٥٣	٢,١٥	٠,٦٧	١,٥٠	٠,٨٦	غير دال	—
	الأزمات	٢,٩٧	٠,٦٧	٢,٩٠	٠,٧٢	٠,٠٧	٠,٣٤	غير دال	—
	الدرجة الكلية للمحور	١٠,٧٠	١,٨٤	٨,١٥	١,٣٩	٢,٥٥	٥,١٧	دال	الدارسين
فلسفة العلاقات	تاريخ العلاقات	٢,٠٠	٠,٥٣	٢,٠٥	٠,٦١	٠,٠٥	٠,٣٠	غير دال	—
	مفهوم العلاقات	٧,٩٧	١,٣٠	٤,٥٥	١,١٠	٣,٤٢	٩,٤٨	دال	الدارسين
	الدرجة الكلية للمحور	٩,٩٧	١,٤٠	٦,٦٠	١,٣١	٣,٣٧	٨,٣٨	دال	الدارسين
الإدارة الرياضية	قوانين	٥,٣٧	١,٠٣	٥,٣٠	١,٠٤	٠,٠٧	٠,٢٣	غير دال	—
	طرق تنظيم	٢,٥٧	٠,٦٨	٢,٥٥	٠,٧٦	٠,٠٢	٠,١٠	غير دال	—
	الدرجة	٧,٩٣	١,٥١	٧,٨٥	١,٦٠	٠,٠٨	٠,١٨	غير	—

المحور		الدارسين (ن = ٣٠)		غير الدارسين (ن = ٢٠)		متوسط الفروق	قيمة ت	مستوى الدلالة	فى اتجاه
		م	ع	م	ع				
	الكلية للمحور							دال	
الحاسب الآلى	net	٢,٦٧	٠,٦١	٢,٦٥	٠,٥٩	٠,٠٢	٠,١١	غير دال	—
	wind	١,٣٣	٠,٤٨	١,٣٠	٠,٤٧	٠,٠٣	٠,٢١	غير دال	—
	offic	١,٤٦	٠,٥٧	١,٣٠	٠,٦٦	٠,١٦	٠,٨٩	غير دال	—
	الدرجة الكلية للمحور	٥,٤٧	١,٢٢	٥,٢٥	١,١٢	٠,٢٢	٠,٦٣	غير دال	—
الثقافة الرياضية	مصطلحات	٢,٩٣	٠,٥٨	٢,٩٠	٠,٧٢	٠,٠٣	٠,١٦	غير دال	—
	تاريخ	٠,٩٧	٠,٤٩	٠,٩٥	٠,٦٠	٠,٠٢	٠,١٣	غير دال	—
	الدرجة الكلية للمحور	٣,٩٠	٠,٨٠	٣,٨٥	١,١٤	٠,٠٥	٠,١٨	غير دال	—
الرأى العام		٥,٦٧	١,٣٧	٥,٠٥	١,٥٤	٠,٦٢	١,٤٦	غير دال	—
المعومات العامة		٢,٨٠	٠,٤١	٢,٨٥	٠,٣٧	٠,٠٥	٠,٤٣	غير دال	—

- قيمة (ت) الجدولية عند درجة حرية (٤٨) ومستوى دلالة (٠,٠٥) = ٢,٠٢١

يتضح من جدول (٣٧) ما يلى :

- ✓ وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الدارسين وغير الدارسين لمادة العلاقات العامة فى محاور " إدارة العلاقات العامة " (الاتصال ـ الدرجة الكلية للمحور) ، و " فلسفة العلاقات " (مفهوم العلاقات- الدرجة الكلية) من المقياس المعرفى وفى اتجاه الدارسين .
- ✓ لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الدارسين وغير الدارسين لمادة العلاقات العامة فى باقى محاور المقياس المعرفى .

ويعزونا ذلك إلى أن الدارسين للعلاقات العامة هم خريجى الكليات التي تدرس مادة العلاقات العامة ضمن مقرراتها الدراسية مما اكسبهم نوعا من المعرفة فى الحصائل المعرفية المرتبطة بهذا المجال .

ونفسر تفوقنا فى عنصر (الاتصال ، ومفهوم العلاقات العامة) إلى أن هذين العنصرين بصفة خاصة كان لهم النصيب الأكبر ضمن مقررات مادة العلاقات العامة حيث أنه بالاضطلاع على مقررات العلاقات العامة فى المناهج الدراسية الخاصة بالكليات التى تدرس هذه المادة وكذلك المقابلة الشخصية مع خريجى هذه الكليات توصلنا إلى أن هذين العنصرين كان لهم الاهتمام الأكبر من الدارسة .

كما يعزوا عدم تفوقهم فى عناصر (تاريخ العلاقات العامة بحوث العلاقات العامة ، إدارة الأزمات ، الرأى العام والجمهور) إلى أن دراستهم لهذه العناصر كانت بالصورة النظرية فقط مما أدى إلى أحداث هذا القصور فى هذه الجوانب خاصة وأن إدارة الأزمات وبحوث العلاقات العامة من المجالات التى تحتاج إلى التدريب العملي والميدانى أكثر من الدراسة النظرية .

وهذا ما يتفق مع دراسة كريمان فريد وسلوى العوادلي ١٩٩٨م (٥٣) والتى أشارت إلى أن خريجى كليات الأعلام باعتبارها واحدة من الكليات المتخصصة فى مجال العلاقات العامة يعانوا من قصورًا شديدًا فى المهنة وأرجعت هذا القصور إلى النقص فى استخدام أساليب التدريب الحديثة والتركيز على الجانب النظري أكثر من العملى كما أن بعض المواد الدراسية لا تتناسب واحتياجات سوق العمل .

كما تتفق ودراسة ريان ومارتنسون *Ryan Martinson* ١٩٩٠ م (91) والتى أوصت بضرورة الاهتمام بتعليم وتدريب الطلاب على استخدام المهارات البحيثة فى مرحلة الإعداد (الجامعية) حتى يتسنى لهم العمل فى مجال العلاقات العامة .

أما غير الدارسين للعلاقات العامة فهم خريجى كليات لا تدرس مادة العلاقات العامة ضمن مقرراتها وبالتالى فإن النتائج التى حصلوا عليها فى المقياس المعرفى كانت من خلال الخبرة المكتسبة من العمل فى مجال العلاقات العامة .

- الإجابة على التساؤل الرابع والذى ينص على :

✓ ما احتياجات وظيفة أخصائى العلاقات العامة بالهيئات الرياضية؟

جدول (٣٨)دلالة الفروق بين عبارات محور " الصفات الشخصية والبدنية " لاستمارة احتياجات
وظيفة أخصائى العلاقات العامة بالهيئات الرياضية (ن = ٢٢)

م	العبارة	مناسب جداً	مناسب	إلى حداً ما	كا٢	مستوى الدلالة
		٣	٢	١		
	- يجب أن تتوافر فى أخصائى العلاقات العامة بالهيئات الرياضية الصفات الشخصية والبدنية التالية					
١	سماحة الوجه .	٢٢	-	-	٤٤,٠٠	دال
٢	رقة الحديث .	٢١	١	-	٣٨,٢٧	دال
٣	حسن المظهر .	٢٢	-	-	٤٤,٠٠	دال
٤	إعتدال القامة .	٢٠	١	١	٣٢,٨٢	دال
٥	الحماس والنشاط.	٢	٢٠	-	٣٣,٠٩	دال
٦	اللياقة البدنية .	٢	٢٠	-	٣٣,٠٩	دال
٧	قوة التحمل .	٢	٢٠	-	٣٣,٠٩	دال
٨	التمتع بصحة جيدة .	٢٢	-	-	٤٤,٠٠	دال
٩	التمتع بالأخلاق الحميدة .	٢٢	-	-	٤٤,٠٠	دال

- قيمة كا٢ الجدولية عند درجة حرية (٢) ومستوى دلالة (٠,٠٥) = ٥,٩٩

يتضح من جدول (٣٨) ما يلى :

✓ وجود فروق ذات دلالة إحصائية فى العبارات الأولى والثانية والثالثة والرابعة والثامنة والتاسعة من محور " الصفات الشخصية والبد نية " وفى اتجاه الموافقين على مناسبة الصفات بصورة جيدة ، كما توجد فروق ذات دلالة إحصائية فى العبارات الخامسة والسادسة والسابعة وفى اتجاه الموافقين على مناسبة الصفات .

جدول (٣٩) دلالة الفروق بين عبارات محور " الصفات الاجتماعية والنفسية " لاستمارة احتياجات
وظيفة أخصائى العلاقات العامة بالهيئات الرياضية (ن = ٢٢)

م	العبارة	مناسب جداً	مناسب	إلى حداً ما	كا٢	مستوى الدلالة
		٣	٢	١		
	- يجب أن تتوافر فى أخصائى العلاقات العامة بالهيئات الرياضية الصفات النفسية والاجتماعية التالية					
١	القدرة على الإقناع .	٢٢	-	-	٤٤,٠٠	دال
٢	القدرة على إقامة علاقات .	٢٢	-	-	٤٤,٠٠	دال
٣	القدرة على فهم الآخرين .	٢٠	٢	-	٣٣,٠٩	دال
٤	القدرة على تقدير المواقف .	٢	٢٠	-	٣٣,٠٩	دال
٥	القدرة على تحمل المسئولية .	٢	١٩	١	٢٧,٩١	دال
٦	الإحساس بالآخرين .	٢	٢٠	-	٣٣,٠٩	دال

م	العبارة	مناسب جداً	مناسب	إلى حداً ما	كـا٢	مستوى الدلالة
		٣	٢	١		
٧	التعاون مع الزملاء .	٢٢	-	-	٤٤,٠٠	دال
٨	القدرة على إستثارة الأفراد .	٢٢	-	-	٤٤,٠٠	دال
٩	تقبل النقد بصدر رحب .	٢٢	-	-	٤٤,٠٠	دال
١٠	التفاؤل .	٣	٤	١٥	١٢,٠٩	دال
١١	الثقة بالنفس .	٢	٢٠	-	٣٣,٠٩	دال
١٢	عدم التردد .	٢	٢٠	-	٣٣,٠٩	دال
١٣	الاعتماد على النفس .	٢	٢٠	-	٣٣,٠٩	دال
١٤	القدرة على ضبط الانفعالات .	٢٢	-	-	٤٤,٠٠	دال
١٥	القدرة على القيادة .	٢٢	-	-	٤٤,٠٠	دال

- قيمة كا٢ الجدولية عند درجة حرية (٢) ومستوى دلالة (٠,٠٥) = ٥,٩٩

يتضح من جدول (٣٩) ما يلى :

✓ وجود فروق ذات دلالة إحصائية فى العبارات الأولى والثانية والثالثة والسابعة والثامنة والتاسعة والرابعة عشر والخامسة عشر من محور " الصفات الاجتماعية والنفسية " وفى اتجاه الموافقين على مناسبة الصفات بصورة جيدة ، كما توجد فروق ذات دلالة إحصائية فى العبارات الرابعة والخامسة والسادسة والحادية عشر والثانية عشر والثالثة عشر وفى اتجاه الموافقين على مناسبة الصفات ، كما توجد فروق ذات دلالة إحصائية فى العبارة العاشرة وفى اتجاه إلى حد ما .

جدول (٤٠) دلالة الفروق بين عبارات محور " القدرات العقلية والمهارات الإبداعية " لاستمارة احتياجات
وظيفة أخصائى العلاقات العامة بالهيئات الرياضية (ن = ٢٢)

م	العبارة	مناسب جداً	مناسب	إلى حداً ما	كا٢	مستوى الدلالة
		٣	٢	١		
	ـ يجب أن تتوافر فى أخصائى العلاقات العامة بالهيئات الرياضية القدرات العقلية والمهارات الإبداعية التالية					
١	قوة الملاحظة .	٢٢	-	-	٤٤,٠٠	دال
٢	الذكاء وحسن التصرف .	٢٢	-	-	٤٤,٠٠	دال
٣	القدرة على الحكم الصائب على الأمور .	٢٠	٢	-	٣٣,٠٩	دال
٤	القدرة على التفكير الواعى .	٢٠	٢	-	٣٣,٠٩	دال
٥	الاتزان العقلى .	٢٠	٢	-	٣٣,٠٩	دال
٦	القدرة على إدراك المواقف .	٢٠	١	١	٣٢,٨٢	دال
٧	القدرة على إتخاذ القرار .	٢	٢٠	-	٣٣,٠٩	دال
٨	حب الإطلاع .	٢	٢٠	-	٣٣,٠٩	دال
٩	الخيال الخصب .	٢٢	-	-	٤٤,٠٠	دال
١٠	اللياقة فى الحديث .	٢٢	-	-	٤٤,٠٠	دال
١١	القدرة على الإلقاء .	٢٢	-	-	٤٤,٠٠	دال
١٢	القدرة على الاستماع الجيد .	٢٢	-	-	٤٤,٠٠	دال

م	العبارة	مناسب جداً	مناسب	إلى حداً ما	كـا٢	مستوى الدلالة
		٣	٢	١		
١٣	التعرف على فنون الطباعة .	٢٢	-	-	٤٤,٠٠	دال
١٤	التعرف على فنون الجرافيك .	٢٢	-	-	٤٤,٠٠	دال

- قيمة كا٢ الجدولية عند درجة حرية (٢) ومستوى دلالة (٠,٠٥) = ٥,٩٩

يتضح من جدول (٤٠) ما يلى :

✓ وجود فروق ذات دلالة إحصائية فى العبارات الأولى والثانية والثالثة والرابعة والخامسة والسادسة والتاسعة والعاشرة والحادية عشر ، الثانية عشر والثالثة عشر والرابعة عشر من محور "القدرات العقلية والمهارات الإبداعية " وفى اتجاه الموافقين على مناسبة الصفات بصورة جيدة ، كما توجد فروق ذات دلالة إحصائية فى العبارات السابعة والثامنة وفى اتجاه الموافقين على مناسبة الصفات .

جدول (٤١)

دلالة الفروق بين عبارات محور " المستوى العلمى " لاستمارة احتياجات وظيفة أخصائى العلاقات العامة بالهيئات الرياضية(ن = ٢٢)

م	العبارة	مناسب جداً	مناسب	إلى حداً ما	كـا٢	مستوى الدلالة
		٣	٢	١		
	- يجب على أخصائى العلاقات العامة بالهيئات الرياضية أن يكون دارساً وملماً لما يلى					
١	مهارات وأساليب الاتصال .	٢٢	-	-	٤٤,٠٠	دال
٢	علم النفس العام .	٢	٢٠	-	٣٣,٠٩	دال
٣	علم النفس الرياضى .	٢	٢٠	-	٣٣,٠٩	دال

م	العبارة	مناسب جداً	مناسب	إلى حداً ما	كا٢	مستوى الدلالة
		٣	٢	١		
٤	علم الاجتماع العام .	٢	٢٠	-	٣٣,٠٩	دال
٥	علم الاجتماع الرياضى .	٢	٢٠	-	٣٣,٠٩	دال
٦	الإعلام الرياضى .	٢٢	-	-	٤٤,٠٠	دال
٧	التسويق الرياضى .	٢	٢٠	-	٣٣,٠٩	دال
٨	أساليب البحث العلمى .	٢	٢٠	-	٣٣,٠٩	دال
٩	علم الإدارة الرياضية .	٢٢	-	-	٤٤,٠٠	دال
١٠	علوم الحاسب الآلى .	٢	٢٠	-	٣٣,٠٩	دال
	١١ـ اللغة الأجنبية .					
أ	تحدث .	٢٢	-	-	٤٤,٠٠	دال
ب	استماع .	٢٢	-	-	٤٤,٠٠	دال
ج	قراءة .	٢	٢٠	-	٣٣,٠٩	دال
د	كتابة .	٢	٢٠	-	٣٣,٠٩	دال
	١٢ـ اللغة العربية .					
أ	قراءة جيدة .	٢٢	-	-	٤٤,٠٠	دال
ب	كتابة جيدة .	٢٢	-	-	٤٤,٠٠	دال

م	العبارة	مناسب جداً	مناسب	إلى حداً ما	كا٢	مستوى الدلالة
		٣	٢	١		
١٣	الثقافة الرياضية .	٢	٢٠	-	٣٣,٠٩	دال
١٤	الثقافة العامة .	٢	٢٠	-	٣٣,٠٩	دال

- قيمة كا٢ الجدولية عند درجة حرية (٢) ومستوى دلالة (٠,٠٥) = ٥,٩٩

يتضح من جدول (٤١) ما يلى :

- ✓ وجود فروق ذات دلالة إحصائية فى العبارات الأولى والسادسة والتاسعة والحادية عشر (أ ، ب) والثانية عشر والثالثة عشر من محور " المستوى العلمى " وفى اتجاه الموافقين على مناسبة الصفات بصورة جيدة ، كما توجد فروق ذات دلالة إحصائية فى العبارات الثانية والثالثة والرابعة والخامسة السابعة والثامنة والعاشرة والحادية عشر (ج ، د) والثالثة عشر والرابعة عشر وفى اتجاه الموافقين على مناسبة الصفات .

ويتضح من جدول (٣٨) اتفاق عينة البحث على أنه يجب أن تتوفر لدى أخصائي العلاقات العامة بالهيئات الرياضة مجموعة من الصفات الشخصية والبدنية ولقد جاء ترتيب هذه الصفات على مستويين متتاليين :

المستوى الأول والذى يشتمل على (سماحة الوجه ، ورقة الحديث ، حسن المظهر ، إعتدال القامة ، التمتع بصحة جيدة ، التمتع بالأخلاق الحميدة).

وهذا ما يؤكد على ضرورة توافر هذه الصفات الشخصية والبدنية لدى أخصائى العلاقات العامة بالهيئات الرياضية حتى ينعكس ذلك بصورة إيجابية على عمله باعتبار أن هذه الصفات تجعله قادرًا على التأثير فى الآخرين وتحقيق الاتصال الناجح خاصة أن سماحة الوجه ورقة الحديث وحسن المظهر واعتدال القامة والتمتع بالأخلاق الحميدة تعتبر من الصفات التى تطفي على صاحبها طابع الجاذبية فتجعله قادرًا على التأثير فى الآخرين وإقناعهم بالرسالة التى يريد أن تصل لهم وهذا من صميم عمل العلاقات العامة .

وهذا ما يتفق مع قول رسول الله ﷺ " أنكم لا تسعون الناس بأموالكم ولكن يسعهم منكم بسط الوجه وحسن الخلق) صدق رسول الله ﷺ .

كما تتفق مع دراسة نهاد العربى ٢٠٠١ م (٧٨) والتى أشارت إلى أن أخصائى العلاقات العامة لابد أن يتمتع بحسن المظهر والجاذبية باعتبارهما من الصفات الهامة لعمل أخصائى العلاقات العامة لأن من المعروف أن الانطباع الأول فى المقابلة الشخصية له تأثير على نجاح المقابلة أو فشلها .

كما يتفق أيضا مع دراسة كريمان فريد وسلوى العوادلى ١٩٩٨ م (٥٣) والتى أشارت إلى أن أهم العوامل التى يتم بناء عليها اختبار العاملين بالعلاقات العامة هو المظهر الشخصى والذى حصل على أعلى نسبة من العوامل المقترحة .

جاء فى المستوى الثانى : والذى يشمل على الحماس والنشاط ، اللياقة البدنية ، قوة التحمل)

وهذا ما يؤكد على ضرورة توافر هذه الصفات فى رجل العلاقات العامة خاصة وأن الحماس والنشاط واللياقة البدنية وقوة التحمل تساعده على تحمل أعباء عمل العلاقات العامة من بحوث ومؤتمرات واستقبال للضيوف والصحفيين والقيام بهذه الأعمال على أكمل وجه .

وهذا ما يتفق مع دراسة على عجوة ١٩٨٥ م (٤٦) والتى أشارت إلى أن رجل العلاقات العامة لابد أن يتمتع بالحماس والنشاط كى يكون رجلا متحركا وقادرًا على العطاء بجهد وافر حيث أنه من الخطأ أن يستكين إلى مكتب أنيق يعمل من خلف ستائره .

كما يتضح من جدول (٣٩) اتفاق عينة البحث على أنه يجب أن تتوفر لدى أخصائى العلاقات العامة بالهيئات الرياضية مجموعة من الصفات الاجتماعية والنفسية وقد جاء ترتيب هذه الصفات على المستويات الآتية .

المستوى الأول والذى يشمل على الصفات (القدرة على الإقناع ، والقدرة على إقامة علاقات ، القدرة على فهم الآخرين ، التعاون مع الزملاء ، القدرة على استثارة الأفراد ، تقبل النقد بصدر رحب ، القدرة على ضبط الانفعالات ، القدرة على القيادة)

ويعزونا ذلك إلى أن هذه الصفات تجعل أخصائى العلاقات العامة يقوم بعمله على أكمل وجه خاصة وأن توافر هذه الصفات فى رجل العلاقات العامة تعتبر من العوامل الأساسية لتحقيق الاتصال الناجح فقدرته على إقامة

علاقات مع الأفراد والجماعات ثم إقناعهم بما يريد أن يصل لهم وفهم أرائهم واستثارتهم تجاه أحداثه وتقبل نقدهم بصدر رحب من خلال العمل فى فريق يؤدى فى النهاية إلى أداء العمل فى أحسن صورة وتوصيل الرسالة وتكوين صورة ذهنية عن الهيئة التى يعمل بها بنجاح باهر باعتبار أن توافر الصفات السابقة دليل على القدرة الاتصالية لرجل العلاقات العامة .

وهذا ما يتفق مع دراسة على عجوة ١٩٨٥ م (٤٦) ونهاد العربى ٢٠٠١م (٧٨) والتى أشارت إلى أن رجل العلاقات العامة لكى يؤدى عمله بنجاح لابد أن يتوفر لديه بجانب الصفات الشخصية المهارات الاتصالية والتي تتمثل فى القدرة على الإقناع واستثارة الأفراد .

ثم جاء المستوى الثانى ليشمل صفات (القدرة على تقدير المواقف ، القدرة على تحمل المسئولية ، الإحساس بالآخرين ، الثقة بالنفس عدم التردد ، الاعتماد على النفس) .

ويعزونا ذلك إلى أن رجل العلاقات العامة من خلال طبيعة عمله فهو معرض لمواجهة العديد من المواقف الصعبة أو المحرجة والتى تتطلب منه القدرة على تقدير المواقف واتخاذ القرار فى أقل وقت وبدون تردد بشرط أن يكون قادرا على تحمل مسئولية هذا القرار مهما كانت النتائج المترتبة على ذلك .

وهذا ما يتفق مع دراسة على الباز (٤٣) والتى أكدت على أنه من أهم صفات القائمين على أعمال العلاقات العامة أن يتمتعوا بالشجاعة فى مواجهة المواقف المختلفة وتحمل المسئولية وعدم التهرب منها مع مراعاة عدم التهور والاندفاع .

أما المستوى الثالث فقد اشتمل على صفة التفاؤل ورغم أن هذه الصفة جاءت فى المستوى الثالث إلا أننا نؤكد على ضرورة توافر هذه الصفة فى رجل العلاقات العامة خاصة وأن عمل العلاقات العامة يعتبر من الأعمال الشاقة وتحقيق أهدافها يتطلب نوعا من الحماس والنشاط المصحوب بالتفاؤل خاصة وأن النظرة إلى الأهداف الصعبة بعين التشاؤم تصيب الفرد باليأس والإحباط فعلى سبيل المثال فى المجال الرياضى فإن الفوز على أحدى الفرق المتفوقة يعتبر من الأهداف التى يغلب عليها طابع الصعوبة فى الوصول إليها ولو تملك هذا الإحساس من اللاعبين فسوف يصيبهم الإحباط واليأس وهنا يأتى دور رجل العلاقات العامة فى قدرته على إطفاء جو من التفاؤل على أفراد فريقه حتى ينعكس عليهم هذا الأمر بصورة من الحماس

والإصرار على تحقيق الفوز خاصة وأن رجل العلاقات العامة يعتبر أقدر الأفراد على الإحساس بالمشكلات والصعوبات التى تواجه الهيئة التى يعمل بها ومن مسئولياته الأساسية محاولة التغلب على هذه المشكلات .

كما يتضح من جدول (٤٠) اتفاق عينة البحث على أنه يجب أن يتوفر لدى أخصائى العلاقات العامة مجموعة من القدرات العقلية والمهارات الإبداعية . وقد جاء ترتيب هذه القدرات والمهارات على المستويات الآتية :

المستوى الأول (قوة الملاحظة ، الذكاء وحسن التصرف ، القدرة على الحكم الصائب على الأمور ، القدرة على التفكير الواعى ، الاتزان العقلى ، القدرة على إدراك المواقف ، الخيال الخصب ، اللباقة فى الحديث ، القدرة على الإلقاء ، القدرة على الاستماع الجيد ، التعرف على فنون الطباعة ، التعرف على فنون الجرافيك) .

ويعزونا ذلك إلى أن القدرات والمهارات السابقة تعتبر من المتطلبات الأساسية لرجل العلاقات العامة فقوة الملاحظة وحسن التصرف والقدرة على الحكم الصائب على الأمور والتفكير الواعى والاتزان العقلى تجعله قادرًا على إدراك المواقف واتخاذ القرارات المناسبة وبصورة صحيحة وقد تصل أهمية هذه القدرات عند رجل العلاقات العامة إلى الذروة فى المواقف الصعبة والحرجة مثل تعرض الهيئة التى يعمل بها إلى إحدى الأزمات والتى يغلب عليها طابع المفاجأة مما يجعله فى أمس الحاجة إلى هذه القدرات حتى يستطيع إدراك هذه الأزمة واتخاذ القرار المناسب لها .

أما المهارات الإبداعية المتمثلة فى (اللباقة فى الحديث ، الاستماع الجيد والقدرة على الإلقاء ، التعرف على فنون الطباعة وفنون الجرافيك) كلها من المهارات التى تساعد رجل العلاقات العامة على إحداث الاتصال الناجح بمختلف أنواع ووسائله من حيث الوسائل المباشرة أو غير المباشرة والمقرءوة أو المسموعة أو المرئية وكلها من وسائل الاتصال التى يعتمد عليها رجل العلاقات العامة وعلى سبيل المثال فإن فنون الطباعة والجرافيك من الفنون التى يستخدمها رجل العلاقات العامة فى إعداد الإعلانات والدعاية والمجلات والملصقات التى تصدر عن الهيئة التى يعمل بها لذلك لابد أن يكون على دراية بهذه الفنون .

وهذا ما يتفق مع دراسة كريمان فريد وسلوى العوادلى ١٩٩٨ م (٥٣) والتى أوضحت أن مديروا العلاقات العامة ، أشاروا إلى ضرورة الاهتمام بإضافة بعض الموضوعات للمناهج الدراسية التى تدرس فى الكليات

المتخصصة فى مجال العلاقات العامة نظرًا لأهميتها بالنسبة لسوق العمل مثل : (الخطابة والإلقاء الكتابة للعلاقات العامة ، والطباعة ، الجرافيك والرسوم) .

المستوى الثانى ويشمل (القدرة على اتخاذ القرار ، حب الإطلاع)

ويعزونا ذلك إلى أن حب الإطلاع ينمى عند رجل العلاقات العامة الجانب المعرفى والثقافة العامة فى مختلف الموضوعات كما يساعده فى القدرة على الابتكار والإبداع .

وهذا ما يتفق مع دراسة على عجوة ١٩٨٥ م (٤٦) والتى أشارت إلى أن رجل العلاقات العامة لابد أن تتوفر لديه الرغبة المستمرة فى أن يعرف عناصر الأحداث : ماذا / كيف ، متى ، من ، أين فبدون ذلك لن يحصل على الحقائق ولن يكون قادرًا على تفسير الأحداث المختلفة . كما أن رجل العلاقات العامة لابد أن يتمتع بروح القيادة لأنه دائما ما يكون على رأس فريق العمل فى المواقف المختلفة الأمر الذى يتطلب أن يكون قادرًا على اتخاذ القرارات الصحيحة والسليمة فى الوقت المناسب .

كما يتضح من جدول (٤١) اتفاق عينة البحث على أن أخصائى العلاقات العامة بالهيئات الرياضية بجانب الصفات الشخصية والاجتماعية والنفسية والقدرات العقلية والمهارات الإبداعية لابد أن يكون ملما ودارسًا لبعض الحصائل المعرفية الآتية :

المستوى الأول : وقد إشتمل على (مهارات وأساليب الاتصال ، علم الإدارة الرياضية ، الأعلام الرياضى ، اللغة الإنجليزية " تحدث ، استماع " اللغة العربية " قراءة ـ كتابة) .

ويعزونا ذلك إلى أن دراسة مهارات وأساليب الاتصال والأعلام الرياضى تجعل رجل العلاقات العامة قادرًا على تحقيق الهدف الأساسى للعلاقات العامة التى يعمل بها عن طريق القيام بعمليات الاتصال بمختلف أنواعها مستخدما فى ذلك أحدث أساليب الاتصال وكذلك علم الإدارة الرياضية الذى يؤهله للعمل داخل الهيئات الرياضية فلا يمكن أن يقوم بعمله بصورة ناجحة داخل الهيئات الرياضية بدون دراسته لعلوم الإدارة الرياضية وهذا ما يتفق مع دراسة أشرف صبحى ١٩٩٤م (٥) والتى أشارت إلى أن رجل العلاقات العامة فى الهيئات الرياضية لابد أن يجمع من الصفات الشخصية المناسبة لمهنة أخصائى العلاقات العامة والدراسة لعلوم العلاقات العامة والإدارة الرياضية.

كما أن رجل العلاقات العامة لابد أن يكون ملما لقواعد بعض اللغات الأجنبية خاصا وأن عمله قد يتطلب السفر إلى بعض البلاد الأجنبية وكذلك استضافة بعض الوفود الأجنبية فلابد أن يكون قادرًا على التفاهم مع هذه الوفود حتى يمدهم بالمعلومات اللازمة والمطلوبة ولذلك جاء فى المستوى الأول شرط إجادته لمهارة التحدث والاستماع الجيد للغة الأجنبية

وهذا ما يتفق مع دراسة على عجوة ١٩٨٥م (٤٦) ومحمد منير حجاب ١٩٩٩م (٦٩) والتى أشارت إلى أن رجل العلاقات العامة لابد أن يكون دارسا للغة أجنبية واحدة على الأقل حتى يستطيع القيام بعمله بصورة ناجحة .

ويتفق ذلك أيضا مع دراسة كريمان فريد وسلوى العوادلى ١٩٩٨م (٥٣) والتى أشارت إلى أنه من الصفات الواجب توافرها فى رجل العلاقات العامة هو إلمامه بقواعد لغة أجنبية واحدة على الأقل وضرورة التركيز على دراستها أثناء فترة الأعداد (الجامعية) وكذلك الحصول على دورات تدريبية فى هذا المجال .

كما تتفق دراسة على عجوة ١٩٨٥ م (٤٦) على أن إلمام رجل العلاقات العامة باللغة العربية من المهارات الضرورية لعمله فى هذا المجال وخاصة مهارة القراءة الجيدة والكتابة الجيدة ويوضح على عجوة أن المقصود بمهارة القراءة الجيدة هو قدرته على الحصول على المعلومات المطلوبة من المصادر المطبوعة سواء كانت عامة أو خاصة وفهمه لما تتضمنه هذه المعلومات . كما يفضل إلمامه بالكتابة الجيدة ولا يقصد بالكتابة الجيدة الوصول إلى مستوى الأدب الرفيع وإنما المقصود هو الكتابة الواضحة المقنعة الخالية من المصطلحات المعقدة والكلمات الغريبة فالكتابة وظيفتها نقل الأفكار والمعلومات وأي شيء يعوق هذا النقل مرفوض فى مجال العلاقات العامة .

وجاء فى المستوى الثانى (علم النفس العام ـ علم النفس الرياضى علم الاجتماع الرياضى ـ التسويق الرياضى ـ أساليب البحث العلمي علوم الحاسب الألى ـ اللغة الأجنبية " قراءة وكتابة ، الثقافة الرياضية ، الثقافة العامة) .

ويعزونا ذلك إلى أن مهنة العلاقات العامة تجمع ما بين الناحية الإدارية والاجتماعية ، فمن الناحية الاجتماعية فهى تتطلب دراسة علم النفس وعلم الاجتماع حتى تجعل القائمين على عمل العلاقات العامة قادرين على فهم فلسفة النفس البشرية والتعرف على طبيعة المجتمعات والجماهير التى تتعامل معها وبالتالى يكون قادرًا على إحداث التأثير المطلوب فى هذه الجماهير . كما أن التسويق الرياضى بمختلف أنواعه سواء كان على

المستوى البشرى متمثلاً فى (لاعبين ـ مدربين) أو المستوى المادى متمثلا فى (المنشأت الرياضية) قد يكون هدف من أهداف بعض الهيئات الرياضية ولما كانت العلاقات العامة تسعى إلى تحقيق أهداف الهيئة التى تعمل بها كان لزاما على رجل العلاقات العامة أن يكون دارسا للتسويق الرياضى .

كذلك إلمام أخصائى العلاقات العامة بقواعد وأساليب البحث العلمى تجعله قادرًا على إجراء بحوث العلاقات العامة المتمثلة فى قياس الرأى العام واتجاهات الجماهير مما يساعده على مد الإدارة العليا للهيئة التى يعمل بها بالمعلومات اللازمة وهذا يعتبر هدفا أساساً من أهداف العلاقات العامة مما يساعده الإدارة العليا على اتخاذ القرار المناسب .

أم دراسة "علوم الحاسب الألى واللغات الأجنبية " قراءة وكتابة " فهى أصبحت شرطا أساسيا لثقافة العصر الحديث خاصا وأن هذه الأيام يطلق مصطلح الأمية على من يجهل الحاسب الألى ، هذا بجانب أن الحاسب الآلى يعتبر من أحدث وسائل الاتصال التى يمكن أن تستخدم فى مجال العلاقات العامة . كما أن دراسة رجل العلاقات العامة للغات الأجنبية قراءة وكتابة تساعده على إصدار المطبوعات الأجنبية التى تصدرها الهيئة للوفود القادمة من الدول الأجنبية وكذلك الإطلاع على ما تصدره بعض الهيئات الرياضية الأجنبية وهذا يعتبر من صميم أعمال العلاقات العامة .

كذلك إلمام رجل العلاقات العامة بالثقافة الرياضية تجعله قادرًا على العمل داخل الهيئات الرياضية فليس من المعقول أن يكون رجل العلاقات العامة والمتحدث الرسمى باسم الهيئة أو المنظمة التى يعمل بها على قدر غير كافى من الثقافة الرياضية أما الثقافة العامة فهى سمة أساسية من سمات رجل العلاقات العامة فى مختلف الهيئات .

ويتفق ما سبق مع دراسة على عجوة ١٩٨٥م (٤٦) والتى أشارت إلى أن رجل العلاقات العامة بجانب صفاته يجب أنا يكون لديه خلفية علمية للعلوم التالية (علوم النفس ، اللغة ، مناهج البحث ، الإحصاء ، الإدارة ، علم الدلالة ، علم الاجتماع ، الاقتصاد ، التاريخ).

كما يتفق مع دراسة كريمان فريد وسلوى العوادلى ١٩٩٨م (٥٣) والتى أوضحت أن رجل العلاقات العامة لابد أن يكون دارسا لعلوم الحاسب الآلى وأساليب البحث العلمى وأن يجيد التحدث باحدى للغات الأجنبية كما يجب أن يكون على قدر عالى من الثقافة العامة .

ويتفق أيضا مع دراسة ريان ومارتنسون *Ryan Martinson* ١٩٩٠ م (91) والتى أشارت إلى أن ممارسى العلاقات العامة الذين يدرسون أساليب البحث العلمى ويستخدمون أداوته يتفوقون على منافسيهم الذين يعتمدون على البديهة فى عملهم وأنه لابد من الاهتمام بتعليم وتدريب الطلاب على استخدام المهارات البحثية فى مرحلة الإعداد (الجامعية) .

الفصل الرابع
نموذج مقترح لأخصائي العلاقات العامة

الاستنتاجات :

في ضوء المنهج المستخدم والإجراءات التى قمنا بها والنتائج المستخلصة توصل إلى الاستنتاجات التالية :

١- الجوانب المعرفية التى يجب أن تتوفر لدى أخصائى العلاقات العامة بالهيئات الرياضية حتى يتمكن من القيام بعمله فى أحسن صورة وعلى أكمل وجه هى : -
(١) إدارة أنشطة العلاقات العامة .
(٢) فلسفة العلاقات العامة .
(٣) الإدارة الرياضية .
(٤) الرأى العام والجمهور .
(٥) الحاسب الآلى .
(٦) الثقافة الرياضية .
(٧) المعلومات العامة .

٢- بناء مقياس معرفى لأخصائى العلاقات العامة بالهيئات الرياضية ذو معاملات علمية (صدق ـ ثبات) عالية وفقاً للأسس العلمية لبناء المقاييس المعرفية فى المجال التربوي للمستويات الثلاثة الأولى (معرفة فهم ، تطبيق) وفقاً لمدرج بلوم *Bloom* للمستويات المعرفية .

٣- أشتمل المقياس فى صورته النهائية على ٨١ عبارة موزعة على ١٤ عنصراً فرعياً تشتمل فى مجملها قياس الجوانب المعرفية التى يجب أن تتوفر لدى أخصائي العلاقات العامة بالهيئات الرياضية عن طريق مجموعة من الأسئلة موزعة بنظام (الصح والخطأ ، الاختيار من متعدد ، التكملة المزاوجة ، الصور والأشكال ، أذكر المصطلح العلمى).

٤- حصول أخصائى العلاقات العامة (الفئة الأولى) على مستوى جيد فى محاور (الإدارة الرياضية ، الثقافة الرياضية ، المعلومات العامة) وعلى مستوى مقبول فى محاور (إدارة العلاقات العامة ، فلسفة العلاقات العامة ، الحاسب الآلى) وعلى مستوى ضعيف فى

محور (الرأى العام والجمهور) كما حصلت على مستوى مقبول فى المقياس ككل .

٥- حصول أخصائى العلاقات العامة (الفئة الثانية) على مستوى جيد فى محور (المعلومات العامة) وعلى مستوى مقبول فى محاور (إدارة العلاقات العامة ، فلسفة العلاقات العامة ، الإدارة الرياضية الحاسب الآلى) وعلى مستوى ضعيف فى محاور (الثقافة الرياضية الرأى العام والجمهور) كما حصلت على مستوى مقبول فى المقياس ككل .

٦- حصول أخصائى العلاقات العامة الفئة الثالثة على مستوى جيد فى محاور (الحاسب الآلى ، المعلومات العامة) وعلى مستوى مقبول فى محور (الثقافة الرياضية) وعلى مستوى ضعيف فى محاور (إدارة العلاقات العامة ، فلسفة العلاقات العامة ، الإدارة الرياضية الرأى العام والجمهور) كما حصلت على مستوى ضعيف فى المقياس ككل .

٧- تفوق أخصائى العلاقات العامة من خريجى الكليات المتخصصة فى مجال العلاقات العامة عن ذويهم من خريجى الكليات غير المتخصصة فى محاور (إدارة العلاقات العامة ، فلسفة العلاقات العامة).

٨- يعانى أخصائى العلاقات العامة (قيد البحث) من نقض شديد فى الجوانب المعرفية التى يجب أن تتوفر لدى أخصائى العلاقات العامة بالهيئات الرياضية .

٩- يعاني أخصائى العلاقات العامة بالهيئات الرياضية من النقص فى دورات الإعداد والصقل فى الجوانب المعرفية المختلفة والمرتبطة بمهنة العلاقات العامة .

١٠- النقص فى الممارسة العملية للحاسب الآلى وعدم استخدامه بصورة فعلية فى مجال العلاقات العامة انعكس بصورة سلبية على مستوى أخصائى العلاقات العامة رغم حصولهم على دورات تدريبية فى هذا المجال .

١١- يقتصر عمل أخصائى العلاقات العامة بالهيئات الرياضية على القيام بأعمال التسهيلات فقط وتجنب باقي أنشطة العلاقات العامة.

١٢- تفتقر إدارة العلاقات العامة بالهيئات الرياضية إلى الأساليب العلمية فى اختيار المتقدمين لشغل وظيفة أخصائى علاقات عامة بهذه الهيئات .

١٣- إن وظيفة أخصائى علاقات عامة بالهيئات الرياضية من الوظائف التى لها احتياجات ومتطلبات خاصة متمثلة فى مجموعة من الصفات التى يجب أن تتوفر لدى المتقدمين لشغل هذه الوظيفة وهى :

- الصفات الشخصية والبدنية :

* سماحة الوجه   * رقة الحديث   * حسن المظهر
* التمتع بصحة جيدة   * التمتع بالأخلاق الحميدة   * الحماس والنشاط
* اعتدال القامة   * اللياقة البدنية   * قوة التحمل

- الصفات النفسية والاجتماعية :

* القدرة على الإقناع   * القدرة على إقامة علاقات
* القدرة على فهم الآخرين   * القدرة على تقدير المواقف
* القدرة على استشارة الأفراد   * تقبل النقد بصدر رحب
* القدرة على ضبط الانفعالات   * القدرة على القيادة
* القدرة على تحمل المسئولية   * التعاون مع الزملاء
* الإحساس بالآخرين   * الثقة بالنفس
* عدم التردد   * الاعتماد على النفس
* التفاؤل

- القدرات العقلية والمهارات الإبداعية :

* قوة الملاحظة   * الذكاء وحسن التصرف
* القدرة على الحكم الصائب على الأمور   * الاتزان العقلي
* القدرة على إدراك المواقف   * القدرة على التفكير الواعي
* الخيال الخصب   * اللباقة فى الحديث
* القدرة على الإلقاء   * القدرة على الاستماع الجيد
* التعرف على فنون الطباعة   * التعرف على فنون الجرافيك
* القدرة على إتخاذ القرار   * حب الإطلاع

- أن يكون دارساً وملماً لما يلى :

* مهارات وأساليب الاتصال   * علم الإدارة الرياضية
* اللغة الأجنبية " تحدث ، استماع ، قراءة ، كتابة"
* اللغة العربية " قراءة جيدة ، كتابة جيدة"

* علم النفس العام
* علم الاجتماع العام
* الإعلام الرياضى
* أساليب البحث العلمى
* الثقافة العامة
* علم النفس الرياضى
* علم الاجتماع الرياضى
* التسويق الرياضى
* الثقافة الرياضية
* علوم الحاسب الآلى .

المشروع :

من خلال ما توصلنا إليها من نتائج واستخلاصات نفضل هذا المشروع وهو عبارة عن " نموذج مقترح لتقييم المتقدمين لشغل وظيفة أخصائى العلاقات العامة بالهيئات الرياضية " .

الهدف من المشروع :

يهدف المشروع إلى وضع أسلوب علمي مقنن لاختيار المتقدمين لشغل وظيفة أخصائي علاقات عامة بالهيئات الرياضية .

السياسة العامة للمشروع :

باعتبار أن مهنة العلاقات العامة تتطلب الاختيار الدقيق للمتقدمين لشغل هذه الوظيفة أو العمل بها الأمر الذى يتطلب اجتيازهم لمجموعة من الاختبارات التي تقيس قدراتهم المختلفة وطبقاً لنتائج هذه الاختبارات يتم اختيار أفضل المتقدمين .

محتوى المشروع :

يحتوى المشروع على أربعة جوانب :

- الجانب النظري
- الجانب العملي
- المقابلة الشخصية
- الجانب الصحي
- أولاً : الجانب النظري :

وهو بتطبيق المقياس المعرفى الذي تم التوصل إليه من خلال هذه الدراسة. (من تصميم الباحث).

ثانياً : الجانب العملي :

- الحاسب الآلى :

باستخدام جهاز الحاسب الآلى يطلب من المتقدم إجراء الآتى :

(١)تصميم (٥) خمسة شرائح على برنامج PowerPoint لفكرة حرة من اختيار الباحث.

(٢)تصميم نموذج إعلانى على برنامج (باستخدام برامج الحاسب الآلى المختلفة) .

(٣)تقليد نموذج مصمم على برنامج Word

- اللغة الأجنبية :

١- قراءة فقرة مكونة من خمسة أسطر باللغة الإنجليزية وإجراء تسجيل له .

٢- سماع فقرة من خمسة أسطر وترجمتها للغة العربية (فى ورقة خارجية).

٣- يقدم السيرة الذاتية بإحدى اللغات الأجنبية .

- اختبار الكاميرا

يقف المختبر أمام كاميرا الفيديو لمدة عشر دقائق وباستخدام الميكروفون يتحدث عن موضوع من اختياره يشرح من خلاله فكرة معينة .

- ثالثاً - المقابلة الشخصية :

بعد أداء الاختبارات السابقة يقوم المتقدم بإجراء المقابلة الشخصية أمام لجنة مكونة من :

- أخصائى علاقات عامة (بالدرجة الأولى) (عضو)
- مدير العلاقات العامة (عضو)
- مدير شئون العاملين (عضو)
- رئيس الهيئة (رئيسا)

والهدف من هذه المقابلة التعرف على السمات الشخصية للفرد المتقدم من حيث (سماحة الوجه - رقة الحديث - حسن المظهر - اعتدال القامة).

- رابعاً - الجانب الصحى :

بعد نجاح المتقدم فى الاختبارات السابقة يتم توقيع الكشف الطبي عليه من قبل الأطباء المتخصصين فى هذا المجال .

الزمن المحدد للمشروع : ١٣٢ دقيق موزعة على :

- اليوم الأول ← (٥٠ دقيقة) الجانب النظري
- اليوم الثانى ← (٧٧ دقيقة) الجانب العملي
- اليوم الثالث ← (٥ دقائق) المقابلة الشخصية
- اليوم الرابع ← الجانب الصحي

جدول (٤٢)

التوزيع الزمني لمحتوى المشروع والدرجة الكلية

الجانب المقترح		الاختبار	الدرجة	الزمن المحدد
أولاً: النظرى		تطبيق المقياس المعرفي من تصميم الكاتب	٨١	٥٠ دقيقة
ثانياً: العملـــــى	الحاسب الآلي	عرض PowerPoint	١٠	٣٠ دقيقة
		تصميم نموذج إعلانى	١٠	٢٠ دقيقة
		برنامج Word	٥	١٠ دقائق
	اللغة	قراءة فقرة من خمسة أسطر	٥	٢ دقيقة
		سماع فقرة من خمس أسطر	٥	٢ دقيقة
		عرض السيرة الذاتية	٥	٣ دقائق
	الكاميرا	اختيار الفكرة	٤	١٠ دقائق
		اللباقة فى الحديث	٥	
		القدرة على الإقناع	٥	
ثالثاً: مقابلة الشخصية		حسن المظهر	٥	٥ دقائق
		سماحة الوجه	٥	
		رقة الحديث	٥	
		اعتدال القامة	٥	
الدرجة الكلية			١٥٥	١٣٢ دقيقة

- التوصيات :

فى ضوء النتائج التى أسفرت عنها الدراسة يمكن للباحث أن يقدم التوصيات الآتية :

١- الاهتمام بعقد دورات تدريبية لأخصائي العلاقات العامة بالهيئات الرياضية فى الجوانب المعرفية التى شملها المقياس .
٢- حرص الكليات المتخصصة فى مجال العلاقات العامة على التركيز على الجانب العملى والتدريب الميدانى للطلاب فى فترة الإعداد (الجامعية)
٣- الاهتمام باستخدام الأساليب العلمية فى ممارسة أنشطة العلاقات العامة وعدم الاقتصار على الأساليب البدائية فى ممارسة هذه الأنشطة .
٤- الاهتمام بميزانية العلاقات العامة داخل الهيئات الرياضية حتى يسهل لها القيام بعملها على أكمل وجه .
٥- إعادة بناء الهياكل التنظيمية لإدارات العلاقات العامة بالهيئات الرياضية مقارنة بدول العالم المتقدمة .
٦- استخدام الأسلوب العلمى فى اختيار المتقدمين لشغل وظيفة أخصائي العلاقات بالهيئات الرياضية وعدم الاهتمام بالصفات الشخصية فقط حتى لا تظل هذه الوظيفة "وظيفة لمن لا وظيفة له".
٧- استخدام المقياس المعرفي الذى تم التوصل إليه عقب الدورات التدريبية واعتبار النجاح فيه شرطاً من شروط الترقي للدرجة الأعلى فى التسلسل الوظيفى .
٨- تطبيق المشروع المقترح الذى تم التوصل إليه لاختيار المتقدمين لوظيفة أخصائى العلاقات العامة .
٩- تصميم مقاييس معرفية لأخصائى العلاقات العامة بالهيئات الرياضية تشتمل على المستويات المعرفية الباقية (التحليل ـ التركيب ـ التقويم) طبقاً لمدرج بلوم Bloom.

ما يستثيره الكتاب من دراسات مستقبلية :

- برنامج تدريبى مقترح لأخصائى العلاقات العامة بالهيئات الرياضية فى ضوء متطلبات المهنة .
- نموذج مقترح لإدارة العلاقات العامة فى المؤسسات التعليمية .
- تقويم دور إدارة العلاقات العامة فى مواجهة الأزمات الرياضية .
- تقويم دور إدارة العلاقات العامة فى تفعيل التسويق الرياضى بالهيئات الرياضية
- تقيم كفاءة الاتصالات فى إدارة الأزمة " دراسة حالة ٢٠١٠ بوزارة الشباب الاتحاد المصرى لكرة القدم" .
- المشكلات الإدارية لأخصائى العلاقات العامة بالهيئات الرياضية .
- تقيم واقع التأهيل والتدريب فى مجال العلاقات العامة بكليات التربية الرياضية .

قائمـــة المراجـــع

أولاً : المراجع باللغة العربية :

١- إبراهيم العيسوى: مناهج مواجهة الأزمات ، المعهد العربى للتخطيط ، الكويت، ١٩٩٢ .

٢- إبـراهيم إمـام: فن العلاقات العامة ، ط١ ، مكتبة الأنجلو المصرية ، القاهرة ١٩٦٨م .

٣- أحمد محمد المصرى : العلاقات العامة ، مؤسسة الجامة للطباعة والنشر الإسكندرية ، ١٩٨٥م .

٤- إسماعيل حامد عثمان : إدارة الأزمات الرياضية ، مركز الكتاب للنشر القاهرة ، ١٩٩٨م .

٥- أشـرف صـبحى محمـد حسـنين: " نمـوذج مقتـرح لأهـداف ووظـائف العلاقـات العامـة فـى بعـض المؤسسـات الرياضـية "، رسـالة ماجسـتير غيـر منشورة ، كلية التربية الرياضية للبنين بالقاهرة ، جامعة حلوان ١٩٩٤م.

٦- أشـرف صـبحى محمـد حسـنين: نمـوذج مقتـرح لإدارة العلاقـات العامـة فـى المجـال الرياضـي ، رسـالة دكتـوراه غيـر منشـورة ، كليـة التربيـة الرياضـية للبنين ، جامعة حلوان ، ٢٠٠٠م .

٧- الأمير محمد على : المنظمات الخضراء وطرق تعاملها مع الأزمات البيئية (حالة عملية) بحث مقدم للمؤتمر الثالث لإدارة الأزمات مجلد ١ ، جامعة عين شمس ٣-٤ ، القاهرة أكتوبر ١٩٩٨م .

٨- السيد بهنسي : أسس العلاقات العامة ، دار أبو المجد للنشر والطباعة القاهرة ، ١٩٩٢م .

٩- اللجنـة الأوليمبيـة المصـرية : الهيكـل الإدارى واللائحـة التنظيميـة للجنـة الأوليمبية المصرية ، وثائق اللجنة الأولمبية المصرية ، القاهرة ١٩٩٩م .

١٠- المجلس الأعلـى للشباب والرياضـة : دراسـة وثائقيـة عن تطوير رعايـة الشباب والرياضة فى جمهوريـة مصـر العربيـة ١٩٥٢ - ١٩٩٦م الجزء الثانى قطاع البحوث القاهرة ١٩٩٦م

١١-المجلـس الأعلـى للشـباب والرياضــة : قـانون الهيئـات الخاصــة للشـباب والرياضة مركز المعلومات والتوثيق ، إدارة النشر ، ١٩٩٩م .

١٢- أمين أنور الخولى ، محمود عنان : المعرفة الرياضية ، ط١ ، دار الفكر العربى القاهرة ، ١٩٩٩م .

١٣- تيسير الكيلانى ، إياد ملحم : التوجيه الفني فى أصول التربية والتدريس مكتبة لبنان ، ١٩٨٩م .
١٤- جميل أحمد خضر : العلاقات العامة ، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة عمان ، ١٩٩٨م .
١٥- حسن أحمد الشافعى ، سوزان أحمد مرسي : العلاقات العامة فى التربية البدنية ، الإسكندرية ، ١٩٩٩م .
١٦- حسن أحمد توفيق : العلاقات العامة ، دار النهضة العربية ، القاهرة ١٩٧٢م .
١٧- حسن محمد خير الدين: أصول العلاقات العامة ، مكتبة عين شمس ، القاهرة ١٩٨٧م .
١٨- حسين موسى راغب: فن إدارة العلاقات العامة ، مكتبة الأنجلو ، القاهرة ١٩٨٤م .
١٩- خالد زغلول غازى الشيمي : " بناء اختبار معرفي لمدربي سباحة المنافسات " رسالة ماجستير ، كلية التربية الرياضية للبنين بالقاهرة ، جامعة حلوان ، ٢٠٠٠م .
٢٠- خيرى الدين على عويس: دليل البحث العلمى ، دار الفكر العربى ، ط١ القاهرة ، ١٩٩٧م .
٢١- زيدان عبد الباقى: وسائل وأساليب الاتصال ، دار غريب للطباعة والنشر القاهرة ، ١٩٨٧م .
٢٢- سعد محمد قطب: الإدارة فى المؤسسات الإجتماعية ، دار النهضة للنشر القاهرة ، ١٩٨٤م .
٢٣- سعيد محمد العربى: " دور باحث العلاقات العامة فى نشر الترويح الرياضي بالمؤسسات الإنتاجية " ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التربية الرياضية ، جامعة أسيوط ، ٢٠٠٣م .
٢٤- سعيد يمانى العوضى: العلاقات العامة فى الخدمة الاجتماعية ، ط١ ، دار النهضة للطباعة ، القاهرة ، ١٩٩٧م .
٢٥- سعيد يمانى العوضى : العلاقات العامة فى الخدمة الاجتماعية ، ط٢ ، دار النهضة للطباعة ، القاهرة ، ١٩٩٨م .
٢٦- سمير محمد حسين : بحوث الإعلام (الأسس والمبادئ) ، عالم الكتب ، القاهرة ١٩٧٦م .

٢٧- سوزان أحمد على : " دور العلاقات العامة فى نشر الوعى الرياضى للمرحلة الإعدادية بمحافظة الإسكندرية " ، رسالة ماجستير غير منشورة كلية التربية الرياضية للبنات ، جامعة حلوان ، ١٩٩٣ .
٢٨- شريف أحمد شفيق : " تنظيم أجهزة العلاقات العامة فى المؤسسات الصناعية وشركاتها فى جمهورية مصر العربية " ، رسالة ماجستير كلية التجارة ، جامعة الأزهر ، ١٩٧٤م .
٢٩- طاهر مرسى عطية: فن وعلم العلاقات العامة ، دار النهضة العربية ، القاهرة ١٩٩٤م .
٣٠- عادل إبراهيم أحمد: " تصميم اختبارات معرفية فى كرة اليد للمدارس الرياضية التجريبية " ، رسالة دكتوراة ، كلية التربية الرياضية جامعة أسيوط ، ١٩٩٤م .
٣١- عادل حسن: العلاقات العامة ، المعارف ، الإسكندرية ، ١٩٦٢م .
٣٢- عادل حسن سيد أحمد: " تقويم العلاقات العامة فى بعض أندية جمهورية مصر العربية " ، رسالة دكتوراة غير منشورة ، كلية التربية الرياضية جامعة المنيا ، ١٩٩٧.
٣٣- عادل حسن سيد أحمد : العلاقات العامة والإعلام فى المجال الرياضي القصري للطباعة ، المنيا ، (د.ت) .
٣٤- عادل حسنى السيد : " بناء مقياس معرفي لمدربى كرة السلة بالوجه القبلى " رسالة ماجستير ، كلية التربية الرياضية ، جامعة المنيا ، ١٩٩١م .
٣٥- عادل كمال عبد الوهاب: " قياس مستوى التحصيل المعرفى لمدربى كرة اليد" رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التربية الرياضية ، جامعة أسيوط ، ٢٠٠٢م .
٣٦- عائدة منجى : إدارة الأزمات فى المنظمات الحكومية (دراسة مجموعة حالات) بحث مقدم إلى المؤتمر الثالث لإدارة الأزمات مجلد (٢) جامعة عين شمس ، القاهرة ، ٣-٤ أكتوبر ١٩٩٨م .
٣٧- عباس محمود عوض : القياس النفسي بين النظرية والتطبيق ، دار المعارف الجامعية ، الإسكندرية ، ١٩٩٠م .
٣٨- عبد الباسط محمد حسن: أصول البحث الاجتماعي ، مكتبة وهبة ، ط٧ ،١٩٨٠م .

٣٩- عبد السلام أبو قحف: العلاقات العامة، المكتب العربي الحديث، الإسكندرية ١٩٩٠م .
٤٠- عبد العزيز أحمد ، ناريمان محمد : بناء اختبار للمعارف والمعلومات الخاصة بتدريب المقاومة ، المجلة العلمية للتربية البدنية والرياضية ، العدد السابع عشر ، كلية التربية الرياضية للبنين ، جامعة حلوان ١٩٩٣م .
٤١- عثمان محمد العربى: اتصالات الأزمة ، مسح للتطورات النظرية فيها المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة العدد الخامس ، ١٩٩٩م .
٤٢- عصام بدوى: استثمار الوقت فى إدارة الهيئات الرياضية ، بدون دار نشر القاهرة ، ١٩٩٦م .
٤٣- على الباز : العلاقات العامة والعلاقات الإنسانية والرأى العام دار الجامعات المصرية ، الإسكندرية ، (د.ت) .
٤٤- على حسين حسب الله ، محمد الحفناوى : تصميم اختبار معرفى لحكام الكرة الطائرة بجمهورية مصر العربية ، بحث علمي منشور ، دراسات وبحوث ، جامعة حلوان ، عدد ١٦ أكتوبر ، القاهرة ، ١٩٩٣م .
٤٥- على عجوة: الأسس العلمية للعلاقات العامة ، عالم الكتب ، القاهرة ، ١٩٨٣م .
٤٦- على عجوة: الأسس العلمية للعلاقات العامة ، عالم الكتب ، ط٣ ، القاهرة ، ١٩٨٥م .
٤٧- عماد سمير محمود: " بناء مقياس معرفى لمدربى رياضة المصارعة بجمهورية مصر العربية " ، رسالة ماجستير ، كلية التربية الرياضية ، جامعة أسيوط ، ١٩٩٦م .
٤٨- عمر على سالم العياط : " بناء اختبار للمعرفة الرياضية لمعلمي التربية البدنية فى المدارس الإعدادية بالجماهيرية العربية الليبية " ، رسالة دكتوراة غير منشورة ، كلية التربية الرياضية للبنين ، جامعة حلوان ١٩٩٨م .
٤٩- فاروق مصطفى: مصر والحركة الأوليمبية ، اللجنة الأوليمبية المصرية القاهرة ، ١٩٩٥م .

٥٠- فؤاد البهى السيد: علم النفس الإحصائي وقياس العقل البشرى ، دار الفكر العربى ، القاهرة ، ١٩٧٩م .
٥١- فؤاد سليمان قلادة: الأهداف التربوية والتقويم ، دار المعارف ، ط١ ، القاهرة ١٩٨٢م .
٥٢- كريمان محمد فريد : " العلاقات العامة مع الجمهور الداخلى فى قطاع الصناعة والتأمين"، رسالة ماجستير ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ١٩٨٤م .
٥٣- كريمان محمد فريد ، سلوى العوادلى : تقييم واقع التأهيل والتدريب فى مجال العلاقات العامة ، مجلة بحوث الإعلام ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٩٨م .
٥٤- كريمان محمد فريد: " تقييم كفاءة الاتصالات فى إدارة الأزمة ، دراسة حالة الشركة العربية للأجهزة الالكترونية " ، مجلة بحوث الإعلام ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ٢٠٠٢م .
٥٥- كمال درويش ، محمد الحماحمى : الإدارة الرياضية ، الأسس والتطبيقات القاهرة ، ١٩٩٠م .
٥٦- كمال درويش ، أشرف عبد المعز : المنظمات الرياضية الأهلية ، ط١ ، مكتبة الأصدقاء ، القاهرة ، ٢٠٠٠م .
٥٧- كمال عبد الجابر عبد الحافظ : " قياس الحصائل المعرفية لحكام رياضة الملاكمة"، رسالة ماجستير ، كلية التربية الرياضية ، جامعة أسيوط ١٩٩٦م .
٥٨- ليلى السيد فرحات: القياس المعرفى الرياضي ، مركز الكتاب للنشر ، ط١ القاهرة ، ٢٠٠١م .
٥٩- محسن محمد الخضيرى : إدارة الأزمات ، مكتبة عين شمس ، القاهرة ١٩٩٠م .
٦٠- محمد العزازى ، أحمد أبو إدريس : العلاقات العامة المعاصرة ، مكتبة العلميين ، القاهرة ، ١٩٩٠م .
٦١- محمد حسن علاوى ، محمد نصر الدين رضوان : القياس فى التربية الرياضية وعلم النفس الرياضي ، ط١ ، دار الفكر العربى ، القاهرة ، ٢٠٠٠م .

٦٢- محمد حسن محمد : " بناء مقياس معرفى لحكام مسابقات الميدان والمضمار بجمهورية مصر العربية " ، رسالة ماجستير ، كلية التربية الرياضية جامعة أسيوط ، ٢٠٠٠م .
٦٣- محمد رشاد الحملاوى: إدارة الأزمات ، تجارب محلية وعالمية ، مكتبة عين شمس ، ط١ ، القاهرة ، ١٩٩٣م .
٦٤- محمد رضا البغدادى : الأهداف والاختبارات بين النظرية والتطبيق فى المناهج وطرق التدريس ، دار المعارف ، القاهرة ، ١٩٨٣م .
٦٥- محمد عبد الفتاح : العلاقات العامة فى المؤسسات الاجتماعية ، أسس ومبادئ ، المكتب العلمى للكمبيوتر والنشر والتوزيع ، الإسكندرية ١٩٩٧م .
٦٦- محمد عصام المصري : أسس العلاقات العامة ، مكتبة عين شمس للنشر والتوزيع والطباعة ، القاهرة ، ١٩٨٤م .
٦٧- محمد كمال السمنودي ، نبيل عبد المطلب : العلاقات العامة فى المجال الرياضى ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ١٩٩٨م .
٦٨- محمد محمد البادى: المنهج العلمي فى المؤسسات المعاصرة ، دار الفكر العربي للطباعة ، القاهرة ، ١٩٩١م .
٦٩- محمد منير حجاب ، سحر محمود وهبى : المداخل الأساسية للعلاقات العامة دار الفجر للنشر والتوزيع ، القاهرة ، ١٩٩٩م .
٧٠- محمود السيد إسماعيل الأصبح : " وضع استراتيجية للعلاقات العامة فى الأندية الرياضية بمدن القناة " ، رسالة ماجستير غير منشورة كلية التربية الرياضية ببورسعيد ، جامعة قناة السويس ، ٢٠٠٤م .
٧١- محمود عساف: أصول الإعلان ، دار النشر العربي ، القاهرة ، ١٩٧٥م .
٧٢- محمود قناوى عثمان: مقياس معرفى لحكام رياضة المبارزة بجمهورية مصر العربية ، رسالة ماجستير ، كلية التربية الرياضية ، جامعة أسيوط ١٩٨٩م .
٧٣- محمود محمد الجوهري: العلاقات العامة فى المؤتمرات الدولية ، دار المعارف القاهرة ، ١٩٥٩م .

٧٤- محمود يوسف : محاضرات في فن العلاقات العامة ، كلية الإعلام ، القاهرة ٢٠٠٣م .
٧٥- ممدوح البسيونى بيلى : " أهداف ووظائف العلاقات العامة فى المؤسسات الصحفية " ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٩١م .
٧٦- نادية أمين محمد : العلاقات العامة ، مطبعة الكامل ، أسيوط ، ٢٠٠٣ .
٧٧- نبيه العلقامي : مقدمة فى السياسات الإدارية ، دار الكتاب للنشر ، القاهرة ١٩٩٧م .
٧٨- نهاد محمد العربي : " محتوى دراسى مقترح لمقرر العلاقات العامة بكليات التربية الرياضية " ، رسالة ماجستير ، كلية التربية الرياضية جامعة أسيوط ، ٢٠٠١م .
٧٩- وزارة الشباب : قانون الهيئات الخاصة للشباب والرياضة ، إدارة النشر مركز المعلومات والتوثيق ، القاهرة٢٠٠١م .

ثانياً : المراجع باللغة الأجنبية :

80- *Alan R. Freitage : Cultural competence correlates of P.R. function and models, U.S.A, 1999.*

81- *Barrow, H.M, Mac – Gee, R: A practical Approach to measurement in physical education, 3rd , ed. Led and Febiger, philadphua, 1979.*

82- *Black – Sam : Practical public Relation, 2nd , ed., Isaac pitman and sons, LTD London, 1977.*

83- *Bronzen, R.t Stonlar : P.R and Promotion in sport, U.S.A sport Academy, 1997.*

84- *Eduard Berny : P.R compaign strategies, planning for implementation, copyright, U.S.A, 1992.*

85- *Keith Davis, Robert L. Blomstorm: Business, society and Environment social power and social Response, 2ed ,ed , MC Graw – Hill Inc., 1977.*

86- *Larry W. long, Vincent Hazelton: Public Relation. A Theoretical and practical Response, P.R Review, Vol (4) summer, 1987.*

87- *Methew. D. K, : Measurement in physical Education, W. Bsanders philadilphia, 1978.*

88- *Mike Jack Wsiki : Toward A quantities Evaluation model of P.R in sport, Doctorate Dissertation of norather Colorado, U.S.A, 1998.*

89- *Miller, David. K : Measurement in physical Education Why and How, Brown and Bench mark, 2[ed] ,ed, England, 1994.*

90- *Philip Kotler, Gary Armstrong: Principles of Marketing, Canadian edition, Canada 1999.*

91- *Ryan, Martinson : Social Research Proffessionalism and P.R Practioners, Journalism Quarterly, Vol (67 N2), summer 1990.*

92- *Sanders, N, M : Classroom question: What kinds?, opit U.S.A, 1989.*

93- *William Stier : successful sport fundraising, U.S.A, 1990.*

94- *Wilson, R., : A physical fitness knowledge test for first graders, Dissertation Abstracts International, Vol. H, (No5), November, 1948.*

